



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Análisis de la Motivación y Liderazgo en la Junta de Propietarios
Del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote - 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACION

AUTORAS:

Gil Camacho Johana Esther

Rodríguez Jara Evelyn Beatriz

ASESOR:

Randall Manolo Gutiérrez chilca

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión de Organizaciones


CHIMBOTE - PERÚ

2018

PAGINA DE JURADO



Mg. GUTIERREZ CHILCA, Randall Manolo



Mg. URBINA SUASNABAR, Cristian



Dr. ESPINOZA DE LA CRUZ, Manuel

DEDICATORIA

En Primer lugar, agradecer a Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, y además por darme un amor infinito.

A mi madre Cecilia, por haberme apoyado en todo momento, por estar en las buenas y en las malas conmigo, por sus consejos, por estar siempre motivándome que siga adelante que no decaiga, por la motivación constantemente que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, su amor incondicional.

A mi padre Melanio, por sus ejemplos de perseverancia, por su valor que me mostro a cómo salir adelante a pesar de las circunstancias y por todo lo que ha dado, y por estar ahí cuando lo necesite.

A mis Hermanas, Martha y Abigail, quienes son mi ejemplo a seguir y por estar siempre apoyándome y alentándome cuando las necesite, y su amor perfecto.

A todas las personas que han influenciado en mi vida, dándome consejos de superación, porque han formado en mí el deseo de triunfo, lo que ha contribuido a la consecución de logro.

Johana Esther Gil Camacho

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios y a mis padres. A Dios por las fuerzas y el conocimiento que me brinda día a día, por darme la fortaleza de continuar y por guiarme por el buen camino.

A mis padres Javier Rodríguez y Mónica Jara, quienes durante toda mi vida fueron mi gran sustento, velaron por mi bienestar y educación siendo mi apoyo y estando conmigo en todo momento, quienes me supieron inculcar los buenos valores y principios para ser mejor persona cada día.

A mi segundo padre Esteban Valle, quien siempre me brindo alientos de superación, confió en mi capacidad para poder llegar a culminar mi tesis.

A mis hermanos Marco, Diego y Daniel, quienes me alentaron y apoyaron siempre. A tío Jaime Jara, por los consejos brindados.

Y por último, a todas las personas que han influenciado en mi vida, dándome sus mejores deseos y apoyo desinteresado, por haber despertado en mí el deseo de seguir superándome en la vida, lo que ha contribuido a la realización y culminación de mi tesis.

Evelyn Beatriz Rodríguez Jara

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizaje, experiencias y sobre todo su felicidad.

Le doy gracias a mis padres Melanio y Cecilia por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación al transcurso de mi vida. Sobre todo porque son un ejemplo de seguir

A mis hermanos porque son parte importante para mi vida y representar la unidad familiar, que me alientan que continúe en cada paso que logro para ser reflejada en mis éxitos.

A Coraima, por ser una persona muy importante en mi vida, por haberme apoyado en las buenas y en las malas, sobre todo por su paciencia y por estar siempre conmigo, nunca me dejaste sola, aun mas cuando necesite de alguien ahí estabas tú, gracias por tu amor incondicional.

A Evelyn por haber sido una excelente compañera de tesis, por haberme tenido paciencia necesaria y por motivarme a seguir adelante en los momentos de desesperación y sobre todo por las amanecidas juntas.

Johana Esther Gil Camacho

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a Dios por las fuerzas del día día para continuar mis metas propuestas.

A mis padres Javier Rodríguez y Mónica Jara, y a mis hermanos por el apoyo incondicional, por los alientos de superación, por las fuerzas que me brindaron siempre, por depositar su confianza en mí.

A mi tío Jaime Jara por brindarme su apoyo incondicional, para poder llevar a cabo la culminación de mi carrera universitaria satisfactoriamente.

A los docentes, Gutiérrez Chilca Manolo y Urbina Suasnabar Cristian, quienes fueron mi guía para poder llevar a cabo la elaboración de mi tesis, por sus enseñanzas que enriquecen más mis conocimientos, su apoyo, e incentivos de superación que me brindaron cada día.

Evelyn Beatriz Rodríguez Jara

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Johana Esther Gil Camacho, con DNI N°: 71939169, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración.

Así mismo, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Nuevo Chimbote, Julio del 2018



Johana Esther Gil Camacho

Tesista

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Evelyn Beatriz Rodríguez Jara, con DNI N°: 76239776, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración.

Así mismo, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Nuevo Chimbote, Julio del 2018



Evelyn Beatriz Rodríguez Jara

Tesista

PRESENTACION

Señores miembros del jurado:

Presentamos ante ustedes la tesis titulada: “Análisis de la Motivación y Liderazgo en la Junta de Propietarios Del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote – 2018”, el desarrollo del presente trabajo se ha realizado teniendo en consideración los conocimientos adquiridos durante los años de estudio.

El presente trabajo realizado tiene como propósito obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración, es producto de una investigación constate que pretende determinar el análisis de la Motivación y Liderazgo en la junta de Propietarios.

Por lo expuesto a ustedes señores miembros del jurado evaluador, presento el informe para su revisión, esperando cumplan los requisitos mínimos para su aprobación.

INDICE

| | |
|---|------|
| PAGINA DE JURADO..... | ii |
| DEDICATORIA..... | iii |
| AGRADECIMIENTO..... | v |
| DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD..... | vii |
| DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD..... | viii |
| PRESENTACION..... | ix |
| INDICE..... | x |
| RESUMEN..... | xii |
| ABSTRACT..... | xiii |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 14 |
| 1.1. Realidad Problemática..... | 14 |
| 1.2. Trabajos previos..... | 15 |
| 1.2.1. Antecedentes Internacionales:..... | 15 |
| 1.2.2. Antecedentes Nacionales:..... | 16 |
| 1.2.3. Antecedentes Locales:..... | 18 |
| 1.3. Teorías relacionadas al tema..... | 18 |
| 1.3.1. Motivación..... | 18 |
| 1.3.2. Liderazgo..... | 20 |
| 1.4. Formulación del problema..... | 21 |
| 1.5. Justificación del estudio..... | 21 |
| 1.6. Hipótesis..... | 22 |
| 1.7. Objetivos..... | 22 |
| 1.7.1. Objetivo General:..... | 22 |
| 1.7.2. Objetivos Específicos:..... | 22 |
| II. MÉTODO..... | 23 |
| 2.1. Diseño De Investigación..... | 23 |
| 2.1.1. Tipo y Nivel de Investigación..... | 23 |
| 2.2. Variables..... | 23 |
| 2.2.1. Variable 1:..... | 23 |
| 2.2.2. Variable 2:..... | 23 |
| 2.2.3. Operacionalización..... | 24 |
| 2.3. Población..... | 26 |

| | | |
|--------|--|----|
| 2.3.1. | Muestra | 26 |
| 2.4. | Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad 26 | |
| 2.4.1. | Técnica | 26 |
| 2.4.2. | Instrumento | 27 |
| 2.4.3. | Validación | 27 |
| 2.4.4. | Confiabilidad | 27 |
| 2.5. | Métodos de análisis de datos | 28 |
| 2.6. | Aspectos éticos | 28 |
| III. | RESULTADOS | 29 |
| IV. | DISCUSION | 37 |
| V. | CONCLUSIONES | 39 |
| VI. | RECOMENDACIONES | 41 |
| VII. | REFERENCIAS | 42 |
| VIII. | ANEXOS | 44 |

RESUMEN

La presente tesis esta titulada: “Análisis de la Motivación y Liderazgo en la Junta de Propietarios Del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote - 2018”, corresponde a determinar, ¿Cómo es el Análisis de la Motivación y Liderazgo en la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote - 2018?

Se tiene como objetivo general: Determinar el Nivel de la Motivación y Liderazgo en la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote - 2018. La investigación es tipo descriptiva. La población está conformada por los 105 Propietarios que laboran en el Mercado Buenos Aires 2018. Se aplicó un cuestionario como instrumento, que está constituido por 28 preguntas.

Debido a que la presente investigación no cuenta con hipótesis, se han tomado a los objetivos como guías de estudio con ello se llegó a concluir dentro de los resultados obtenidos sobre el Liderazgo, de acuerdo a las preguntas planteadas, que el 21% respondió que nunca se les involucra en la toma de decisiones, ni se organizan constantemente reuniones, la directiva no aplica las buenas prácticas que se está llevando a cabo en otro mercado, y no hay una buena relación interpersonal, un 21% respondió casi nunca, un 20% les pareció indiferente, el 20% respondieron que algunas veces y el 18% respondió que siempre. Así mismo no se está llevando una buena gestión por parte de la Directiva y la gente no está motivada para seguir apoyando en las gestiones para la mejora del mercado, el 40% respondieron que la motivación es mala, el 24% respondió que es regular y un 36% es bueno, las metas u objetivos propuestos por la Directiva no siempre les incentivan a trabajar más. Se analizó que la dimensión de la motivación por afiliación en la Junta de Propietarios es mala, con un 66%, no existe una buena relación interpersonal entre la Directiva y los Propietarios; el 36% respondió que es bueno la relación entre ellos. Se identificó el liderazgo autocrático de la Directiva, no les involucra en la toma de decisiones, no se delega a un miembro de la directiva para reemplazar el cargo de otro, Propietarios siempre están de acuerdo con las reuniones que se realiza constantemente para que puedan hablar sobre las gestiones que se están llevando a cabo.

Palabras claves: Motivación, Junta de Propietarios, Liderazgo, Directiva

ABSTRACT

This thesis is entitled: "Analysis of the Motivation and Leadership in the Board of Owners of the Market Buenos Aires Nuevo Chimbote - 2018", corresponds to determine, How is the Analysis of the Motivation and Leadership in the Board of Owners of the Market Good Aires Nuevo Chimbote - 2018?

Its general objective is: Determine the Level of Motivation and Leadership in the Board of Owners of the Buenos Aires Nuevo Chimbote Market - 2018. The research is a descriptive type. The population is made up of the 105 Owners who work in the Buenos Aires Market 2018. A questionnaire was applied as an instrument, which consists of 28 questions.

Due to the fact that the present research does not have hypotheses, the objectives have been taken as study guides, and it was concluded within the results obtained on the Leadership, according to the questions posed, that 21% answered that never they are involved in decision-making, nor are meetings constantly organized, the board does not apply the good practices that are being carried out in another market, and there is no good interpersonal relationship, 21% almost never responded, 20% They seemed indifferent, 20% answered that sometimes and 18% answered that always. Likewise it is not taking good management by the Board and people are not motivated to continue supporting the efforts to improve the market, 40% answered that the motivation is bad, 24% answered that it is fair and 36% is good, the goals or objectives proposed by the Directive do not always encourage them to work more. It was analyzed that the dimension of motivation for affiliation in the Board of Owners is bad, with 66%, there is no good interpersonal relationship between the Board of Directors and the Owners; 36% answered that the relationship between them is good. The autocratic leadership of the Board was identified, it does not involve them in decision-making, it is not delegated to a member of the board to replace the position of another, Owners always agree with the meetings that are held constantly so that they can speak about the efforts that are being carried out.

Keywords: Motivation, Ownership Board, Leadership, Directive

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Actualmente para que toda empresa logre sus objetivos y metas propuestas requiere en gran parte del talento humano que tiene dentro, para eso es de vital importancia que haya un buen liderazgo que los conduzca y los motive a llegar hacia la meta propuesta.

La organización a estudiar es el Mercado Buenos Aires ubicada en la Av. Pacifico Mz. A Zona 5 Sector 74-75. Urb. Buenos Aires Nuevo Chimbote. Con número de partida 11000710.

Según el Diario Chimbote (2018), el Mercado la Perla, ubicada en Chimbote, se encuentran pasando por problemas administrativos, en las cuales se dio a conocer la venta de puestos de manera irregular por parte de la Directiva, dando a notar que el liderazgo es malo y se trabaja en base a beneficio personal. Sin embargo al igual que el mercado Buenos Aires se vienen realizando gestiones con el propósito de ofrecer mayor seguridad y protección a los clientes.

Hoy en día el problema que existe en el Mercado Buenos Aires en Nuevo Chimbote es la falta de Liderazgo y Motivación por parte de la Directiva hacia la Junta de Propietarios del Mercado. Teniendo en cuenta que la motivación orienta a un buen clima laboral, de lo contrario el ambiente de trabajo se verá afectado y no se podrá lograr de la mejor manera las gestiones que se realizan constantemente en el mercado para el beneficio de los propietarios y de la clientela.

Así mismo en toda empresa la motivación se convierte en parte importante ya que genera mayor energía al trabajador impulsándolo así al logro de los objetivos beneficiándose a sí mismo y a la productividad de la empresa. La motivación de la gente es un punto clave para todas las organizaciones, tanto públicas como privadas, considerando que la motivación ha sido un tema significativo para la junta de propietarios y a su vez uno de los

primordiales problemas dentro de la empresa. “La poca motivación provoca que los propietarios no se destaquen en realizar o mejorar el trabajo que es de beneficio para ellos.”

Por otro lado, el liderazgo existe desde hace muchos años, siendo el camino al éxito de toda empresa, porque depende de un buen líder que dirija, controle y organice a sus trabajadores para que cumplan con la meta propuesta, todo ello va de la mano con la motivación, podemos decir que el liderazgo se encuentra en evolución y depende de la percepción o la forma que cada persona tiene de él. En este caso la Directiva del Mercado debe de una u otra manera motivar a los Propietarios para que se pueda lograr los objetivos y metas que se tiene trazado para el mejoramiento del Mercado.

El presente estudio analiza la motivación de la Junta de Propietario y Directiva pertenecientes al Mercado Buenos Aires de Nuevo Chimbote – 2017.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. Antecedentes Internacionales:

Reza (2012), en su tesis titulada “Modelo Teórico, Basado en la Motivación, Liderazgo y Gestión de Equipos De Trabajo, Para el Logro de los Objetivos Organizacionales. Caso De Estudio: Subdirección Comercial de una Empresa de Telecomunicaciones”. Instituto Politécnico Nacional. Escuela Superior De Comercio Y Administración. Universidad Santo Tomás. México, D.F. El tipo de estudio es descriptiva – explicativa. Concluyó que la gestión de los equipos de trabajo, motivación y capacidad de liderazgo interactúa entre sí. Todos estos factores seguirán siendo importantes de acuerdo al nivel en que las empresas mantengan deficiencias organizacionales que se conviertan en áreas de mejora.

Avenecer (2015), en su tesis titulada “Liderazgo y Motivación”. Quetzaltengo. Universidad Rafael Landívar, Guatemala. El tipo de estudio es descriptivo. Concluyó que la influencia de liderazgo que tienen los supervisores en los subordinados es positiva, puesto que ellos

realizan sus labores de forma efectiva y con un alto grado de excelencia. Nos dice que los colaboradores se encuentran motivados no solo por el sueldo que la organización le ofrece, sino también porque se sienten en familia, los reconocimientos otorgados forman parte de una buena estrategia para mejorar y aumentar la productividad y el desempeño de cada colaborador.

Baquiay (2013), en su tesis titulada “Motivación como herramienta para el recurso humano dentro de las cooperativas de ahorro y crédito en la ciudad de Totonicapán”. Quetzaltenango Guatemala. Tiene como objetivo establecer de qué manera afecta la motivación en el personal. El tipo de estudio es descriptivo. concluyo que la mayoría de los trabajadores se sienten motivados y estimulados a realizar las actividades a su cargo con éxito, así mismo nos dice también que existe una buena relación y comunicación entre compañeros de la empresa siento esto un factor importante para sentirse más estimulado y motivado, juntamente con el salario que se le asigna.

1.2.2. Antecedentes Nacionales:

Agreda & Pulido (2016), en su tesis titulada “El Liderazgo De Los Directivos Y Las Relaciones Interpersonales De Los Colaboradores De La Empresa Starbucks S.A Ubicada En El Real Plaza De La Ciudad De Trujillo En El 2014”. Universidad Privada Antenor Orrego Facultad De Ciencias Económicas Escuela De Administración. Trujillo-Perú. El tipo de estudio es descriptivo correlacional. Concluyo que. “el estilo de liderazgo que prevalece en la empresa Starbucks S.A es la del liderazgo autocrático, tiende a centrar autoridad, indicando métodos de trabajo, toman decisiones de una manera totalmente única en la cual solo interviene el juicio de una persona. Los directivos de la empresa no tienen las características de un buen líder, no cuentan con capacidad para establecer metas y objetivos. Se necesita también reforzar más las relaciones interpersonales con los colaboradores de la empresa de modo que haya una comunicación más fluida”.

Martínez (2007), en su tesis titulada “El liderazgo transformacional en la gestión educativa de una institución educativa pública en el distrito de

Santiago de Surco”. Pontificia Universidad Católica Del Perú Escuela De Graduados. Lima - Perú. El tipo de estudio es descriptivo. Concluyó que: todos los docentes opinan que la atención por parte del director es una característica a desarrollar, porque opinan que es necesario mejorar el trato al personal a fin de armonizar el clima laboral del día a día, con una relación comunicativa.

Esparza (2016), en su tesis titulada “El Estilo de Liderazgo y su efecto en el Desempeño Laboral del área de Contabilidad en la Empresa El Rocio S.A. Año 2016 – Trujillo”. Universidad Cesar Vallejo. Trujillo – Perú. El tipo de estudio es descriptivo. Concluyó que: “el estilo de liderazgo del contador general del área de contabilidad, es un liderazgo de Equipo, debido a que se ubica en la malla del grid gerencial, la orientación equilibrada tanto por tarea como por las personas, el estilo de equipo se caracteriza por buscar el alto rendimiento de sus colaboradores. Así mismo también busca mejorar la productividad, aportación e interdependencia de los colaboradores”.

Alvitez y Ramírez (2013) en su tesis titulada “Relación entre el programa de compensación e incentivos y la motivación en los empleados de la empresa del grupo Almer, Trujillo – 7 2013”, de la Universidad Privada Antenor Orrego, en Trujillo – Perú. El tipo de estudio es descriptivo. Concluyeron lo siguiente: Se concluyó que “el nivel de satisfacción que tienen los empleados de la empresa solo un 28 %se sienten muy satisfechos, mientras un 38% no se siente ni satisfecho, ni insatisfecho y un 13 % siente mucha insatisfacción. Así mismo el autor nos propone un programa de incentivos y compensaciones de modo que el porcentaje de insatisfechos baje mejorando así el clima laboral. Algunos de las propuestas es remunerar a los trabajadores evaluando sus responsabilidades de cada puesto, también se considera incorporar actividades de capacitación y por último se propone brindar incentivos económicos para motivar aún más el desempeño de los trabajadores”.

Campos (2012), en su tesis titulada “Estilos de liderazgo Directivo y clima organizacional en una institución educativa del Distrito de Ventanilla- Región Callao”. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima -

Perú. El diseño es descriptivo correlacional. De acuerdo al procesamiento estadístico realizado, concluyó que: “el Liderazgo Directivo y el clima organizacional se correlacionan de manera significativa y positiva moderada en los grupos de docentes, padres de familia y alumnos del quinto año de secundaria en una institución educativa del distrito de Ventanilla”.

1.2.3. Antecedentes Locales:

Domínguez (2016), en su tesis titulada “Estilos de liderazgo y clima organizacional en los colaboradores de un hospital en el distrito de Nuevo Chimbote”. Universidad Cesar Vallejo. Chimbote - Perú. El tipo de estudio descriptivo. Concluyó que: “el liderazgo no es el adecuado para ejercer en la organización porque se encuentra en un nivel promedio”.

Esta realidad puede diferir o no de lo que sucede en el mercado Buenos Aires de Nuevo Chimbote.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Motivación

Robbins (2010), La motivación es el proceso en el cual los esfuerzos de la persona se ven reflejados, energizados y dirigidos hacia el logro de una meta.

Esta definición tiene tres elementos claves: energía, dirección y perseverancia.

Energía: Es una medida de intensidad o impulso. Una persona motivada se desarrolla eficientemente, pone mayor empeño en su trabajo. Sin embargo, también debe considerarse la calidad del esfuerzo.

Dirección: Que beneficie a la organización, el esfuerzo dirigido de manera sólida hacia las metas de la organización es clave de empeño que buscamos de nuestros empleados.

Perseverancia: Queremos empleados que perseveren en dar su mayor esfuerzo para alcanzar esas metas.

Robbins y Coulter (2010), clasifica la motivación de la siguiente manera, basándose en la teoría de David McClelland:

1. Motivación por Logro: La cual es la motivación para triunfar y sobresalir en relación con un conjunto de estándares. Trabaja con el deseo de vencer todos los problemas que se le presenten, lograr sus metas y ser útiles a otro. Las personas que tienen una gran necesidad de logro se esfuerzan por alcanzar la mejora personal en vez de las trampas y recompensas del éxito. Tienen el deseo de superarse de manera más eficiente que antes. Prefieren trabajos que ofrezcan una responsabilidad personal de encontrar solución al problema, recibir retroalimentación rápida y clara sobre su desenvolvimiento para saber si están mejorando y en los cuales puedan establecer metas moderadamente desafiantes. Además, una alta necesidad del logro no lleva de manera necesaria a ser un buen gerente, en especial en las grandes organizacionales. Eso se debe a que los grandes realizadores se enfocan en lograr sus propias metas y objetivos, en tanto que los buenos gerentes hacen hincapié en apoyar a los demás a lograr sus metas.
2. Motivación por Afiliación: La cual es el deseo de relaciones interpersonales cercanas y de amistades. Los colaboradores que tienen este tipo de motivación realizan sus labores con actitudes favorables.
3. Motivación por Poder: Es la necesidad de hacer que otros se comporten de manera diferente a las que se hubiera conducido en otras circunstancias. Este tipo de personas motivadas por el poder tienden a aceptar riesgos a mostrarse dispuestos con tal de conseguir el éxito de la organización.

Robbins y Coulter (2010) define la motivación por autorrealización basándose en la teoría Abraham Maslow, psicólogo que propuso que dentro de cada persona existe una jerarquía de necesidades, se escogió la más importante.

4. Motivación por Autorrealización: Las necesidades de una persona de crecimiento, de lograr su potencial y de realización personal; la

motivación para convertirse en lo que uno tiene la capacidad de llegar a ser.

1.3.2. Liderazgo

Según Chiavenato (2006), en el capítulo 6 Implicaciones de la Teoría de las Relaciones Humanas de su libro, nos dice que el liderazgo es esencial en todos los tipos de organización, ya sea en las empresas o en cada uno de sus departamentos. De igual manera, también es esencial en las funciones de la administración, porque un administrador requiere conocer la estimulación humana y saber conducir a las personas, esto es, ser líder.

Estilos de liderazgo según Chiavenato:

1. Líder Autocrático: El líder centraliza las decisiones e impone ordenes al grupo.

Características:

- Un líder autócrata asume toda la responsabilidad de la toma de decisiones, inicia las acciones, dirige, incentiva y controla al empleado a su cargo.
- Considera que solo él es útil y capaz de tomar decisiones importantes en la empresa.
- Puede sentir que sus subordinados no son capaces de guiarse a sí mismos o puede tener otras razones para asumir una sólida posición de fuerza y control.
- El autócrata observa cómo se desenvuelven sus subalternos con la intención de evitar desorientaciones que puedan presentarse con respecto a sus directrices.

2. Liderazgo Democrático: El líder conduce y orienta el grupo, e impulsa la contribución de las personas. Cuando un líder adopta el estilo participativo, utiliza las sugerencias o consultas, para practicar el liderazgo.

Características:

- No delega su derecho a tomar decisiones finales y señala normas específicas a sus subordinados, pero pide sugerencias o ideas sobre muchas decisiones que les conciernen.
- Un líder participativo eficaz, observa y examina de manera sensata las ideas de sus subordinados y acepta sus decisiones siempre que sea posible y práctico.
- El líder participativo cultiva la toma de decisiones de sus subordinados para que sus ideas expuestas sean más útiles y maduras.
- Impulsa también a sus subordinados a aumentar su capacidad de auto control y los exige asumir mayor responsabilidad para guiar sus propios esfuerzos.
- Es un líder que siempre apoya a sus subordinados y no asume una postura de dictador. Sin embargo, la autoridad en los asuntos importantes de la organización sigue en sus manos.

1.4. Formulación del problema

¿Cómo es el Análisis de la Motivación y Liderazgo en la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote - 2018?

1.5. Justificación del estudio

La Junta de Propietarios y Directiva del Mercado Buenos Aires, se enfrenta al hecho de conocer la Motivación y Liderazgo, es por ello que este trabajo tiene como finalidad determinar de qué manera la gente está motivada en la Junta de Propietarios y como es el Liderazgo de la Directiva.

Asimismo, es importante que esta organización se enfoque en conocer el nivel de Motivación en la Junta de Propietarios y el Liderazgo, dándose a conocer de tal manera que cada uno tenga la suficiente información para que tomen decisiones, llevándoles a un mejor desempeño y se conviertan en personas motivadas y satisfechas por parte de la Junta de Propietarios.

Teórico: Para realizar la investigación se utiliza los conceptos de Robbins sobre la Motivación y Chiavenato acerca del Liderazgo.

Metodológico: La investigación se refleja en la elaboración de instrumentos de recopilación de datos, con el propósito de saber cuál es el nivel de motivación y liderazgo en el Mercado Buenos Aires.

Práctico: En el estudio como propuesta se piensa diseñar un plan de mejora para elevar la Motivación en la Junta d Propietarios y mejorar el Liderazgo en la Directiva.

Social: La investigación será un aporte para el Mercado Buenos Aires ya que permitirá saber cuál el nivel de Liderazgo de la Directiva y Motivación de la Junta de Propietarios, si es bueno, malo o regular.

1.6. Hipótesis

La Hipótesis es implícita. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), la hipótesis indica de lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General:

Describir el Análisis de la Motivación y Liderazgo en la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote - 2018.

1.7.2. Objetivos Específicos:

- Analizar la dimensión de la Motivación por Logro en la Junta De Propietarios del Mercado Buenos Aires.
- Analizar la dimensión de la Motivación por afiliación en la Junta De Propietarios del Mercado Buenos Aires.
- Analizar la dimensión de la Motivación por Autorrealización en la Junta De Propietarios del Mercado Buenos Aires.
- Analizar la dimensión de la Motivación del Poder en la Junta De Propietarios del Mercado Buenos Aires.
- Identificar la dimensión del Liderazgo Autocrático de la Directiva del Mercado Buenos Aires.
- Identificar la dimensión del Liderazgo Democrático de la Directiva del Mercado Buenos Aires.

- Diseñar un plan de mejora para elevar la Motivación y mejorar el Liderazgo en la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires.

II. MÉTODO

2.1. Diseño De Investigación

La investigación realizada es de diseño no experimental, porque no se manipuló arbitrariamente una variable independiente para producir un efecto esperado en una variable dependiente, sino que ambas variables se analizaron bidireccionalmente. Es de tipo transversal porque los datos que se recolectan son en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Hernández, Fernández y Baptista 2010).

2.1.1. Tipo y Nivel de Investigación

El tipo de investigación es Descriptiva porque se busca especificar las características y los perfiles de las personas, en este caso se busca saber cuál es el perfil y característica de la Directiva del Mercado Buenos Aires. Es decir, “únicamente pretendemos medir y recolectar información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, su objetivo no es indicar como se relacionan ellas”. (Hernández, Fernández y Baptista 2010).

2.2. Variables

2.2.1. Variable 1: La motivación de la Junta de Propietarios

2.2.2. Variable 2: El Liderazgo de la Directiva del Mercado Buenos Aires .

2.2.3. Operacionalización

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|--|--|--|---------------------------------|--|--------------------|
| MOTIVACION DE LA JUNTA DE PROPIETARIOS | Robbins y Coulter (2010), “La motivación se refiere al proceso mediante el cual los esfuerzos de una persona se ven energizados, dirigidos y sostenidos hacia el logro de una meta”. | La motivación es la situación emocionalmente positiva o negativa, que se produce en la Junta de Propietarios. Esta variable será medida a través de sus dimensiones: motivación por logro, motivación por afiliación, motivación por poder y motivación por autorrealización. | Motivación por Logro | Lograr sus metas | Ordinal |
| | | | | Buscan una solución | |
| | | | | Realizarse de manera más eficiente | |
| | | | Motivación por Afiliación | Relacionarse con las personas | |
| | | | | Realizan sus labores con actitudes favorables. | |
| | | | Motivación por Autorrealización | Realización personal | |
| | | | | Toma ventaja de sus capacidades | |
| | | | | Satisfacción por su desarrollo | |
| | | | Motivación por Poder | Acepta riesgos | |
| | | | | Crea influencias | |

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICION OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ESCALA DE MEDICION |
|---------------------------|---|--|-------------------|--|--------------------|
| LIDERAZGO DE LA DIRECTIVA | Según Chiavenato (2006), “el liderazgo es esencial en todos los tipos de organización, ya sea en las empresas o en cada uno de sus departamentos. De igual manera, también es esencial en las funciones de la administración, porque un administrador requiere conocer la estimulación humana y saber conducir a las personas, esto es, ser líder”. | El liderazgo es la habilidad que tiene la Directiva de influir en los propietarios positivamente y lograr buenos resultados en las gestiones que se están llevando a cabo en el mercado. Esta variable será medida a través de sus dimensiones: líder autocrático y líder democrático | Líder Autocrático | Decisión autoritaria | Ordinal |
| | | | | Se considera el único competente | |
| | | | | Falta de interés en el desarrollo del personal | |
| | | | | Asume toda responsabilidad | |
| | | | | Minimiza a sus colaboradores | |
| | | | Líder Democrático | Realiza métodos de trabajo | |
| | | | | Apoya a sus colaboradores | |
| | | | | Pide sugerencias a sus colaboradores | |
| | | | | Involucra en la toma de decisiones | |
| | | | | Orienta al grupo de trabajo | |

2.3. Población

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), define la población como “la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”. Nuestra población está compuesta por 105 personas que lo conforman la Junta de propietarios del Mercado Buenos Aires en Nuevo Chimbote 2018.

| Población | Cantidad |
|-----------------------|----------|
| Junta de Propietarios | 105 |
| TOTAL | 105 |

2.3.1. Muestra

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), “la muestra es un subgrupo de la población. Es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”.

Nuestra muestra seria el total por ser una población pequeña, en este caso consta de un total de 105 personas que es la junta de propietarios del Mercado Buenos Aires 2018.

2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad

2.4.1. Técnica

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), “la encuesta es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”.

2.4.2. Instrumento

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), “el cuestionario consiste en un grupo de preguntas respecto de uno o más variables a medir”.

Cuestionario: Consta de 28 ítems realizada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires, con el propósito de saber el nivel de motivación que tienen los miembros de la Junta de Propietarios y el Liderazgo de la Directiva.

2.4.3. Validación

“La validez se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (Hernández, Fernández y Baptista 2010).

En la presente investigación, se obtuvo la validación de tres docentes expertos, quienes firmaron una constancia de validación de las encuestas.

2.4.4. Confiabilidad

La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al nivel en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales. (Hernández, Fernández y Baptista 2010).

Para medir la confiabilidad del instrumento se ha empleado el Coeficiente Alfa de Cronbach, con los datos recolectados mediante la encuesta aplicada a 10 integrantes de la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires que consta de 28 ítems, alcanzando el siguiente porcentaje (83%).

Estadísticos de Fiabilidad

Motivación de la Junta de Propietarios

| Alfa de Cronbach | N° ítems |
|------------------|----------|
| 0.827 | 28 |

2.5. Métodos de análisis de datos

Para el análisis de la información obtenida se utilizó la técnica de la encuesta de acuerdo a las dimensiones aplicadas, con el fin de extraer información mediante un cuestionario evaluando la motivación de la Junta de Propietarios y el Liderazgo de la Directiva. Así mismo se utilizará herramientas estadísticas descriptivas como tablas, figuras, a través de los cuales obtendremos información para realizar nuestro análisis.

Se hizo la categorización jerárquica de los ítems, teniendo como alternativas. (Nunca, Casi Nunca, Indiferente, Algunas Veces, Siempre). Luego se realizó la Re categorización de la variable de motivación con sus resultados obtenidos, por niveles (Malo, Regular y Bueno).

| ÍTEMS: | | PERCENTILES | |
|---------------|---|-------------|--|
| NUNCA | 1 | 20 | |
| CASI NUNCA | 2 | 40 | |
| INDIFERENTE | 3 | 60 | |
| ALGUNAS VECES | 4 | 80 | |
| SIEMPRE | 5 | | |

2.6. Aspectos éticos

En la presente investigación se informó y solicito el apoyo de la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires de Nuevo Chimbote, con la finalidad de dar a conocer el propósito de la investigación, mostrando compromiso y responsabilidad al evaluarlos.

Para asegurar la transparencia en el transcurso de la recolección de datos, no se realizó ninguna manipulación para no perjudicar los resultados.

III. RESULTADOS

Objetivo General: Describir el Análisis de la Motivación y Liderazgo en la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote - 2018.

TABLA 1:

Opinión de la Junta de Propietarios sobre la Variable de Motivación

| OPINIÓN | PROPIETARIOS | |
|---------|--------------|------|
| | Nº | % |
| Malo | 42 | 40% |
| Regular | 25 | 24% |
| Bueno | 38 | 36% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote-2018

Elaboración: Los autores

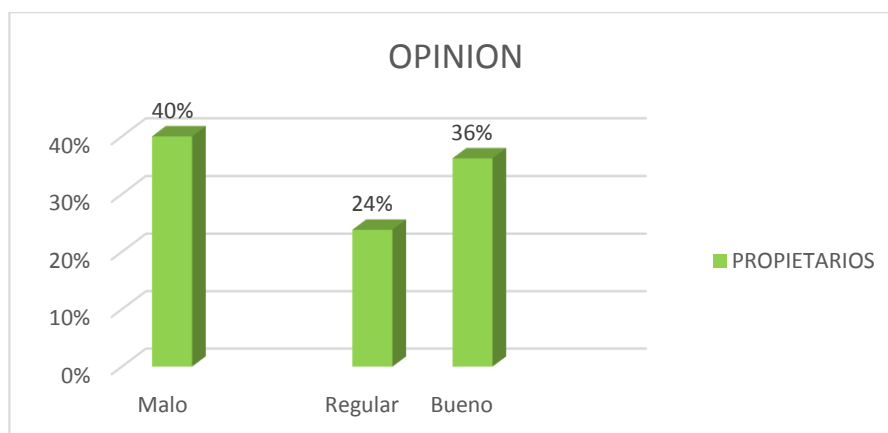


Figura 1: Opinión de la Junta de Propietarios sobre la Variable de Motivación

Elaboración: Los Autores

Fuente: Tabla 1

Interpretación:

- En la tabla N°1 se observa que del 100% de la Junta de Propietarios encuestados, el 40% respondieron que la Motivación por parte de la Directiva hacia ellos el nivel malo, el 24% respondieron que la Motivación el nivel es regular, y un 36% respondieron que el nivel de Motivación es bueno.

Tabla 2:

Opinión de la Junta de Propietarios sobre la Variable del Liderazgo

| OPINIÓN | PROPIETARIOS | |
|---------|--------------|------|
| | Nº | % |
| Malo | 44 | 42% |
| Regular | 21 | 20% |
| Bueno | 40 | 38% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote-2018.

Elaboración: Los autores

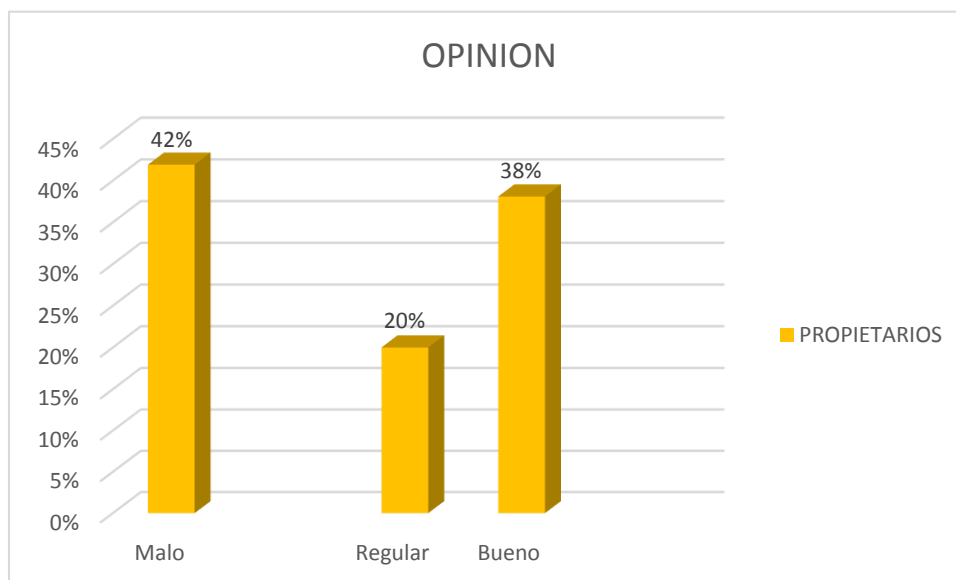


Figura 2: Opinión de la Junta de Propietarios sobre la Variable de Liderazgo

Elaboración: Los Autores

Fuente: Tabla 2

Interpretación:

- En la tabla N°2 se observa que del 100% de la Junta de Propietarios encuestados, el 42% respondieron que el nivel del Liderazgo de la Directiva es malo, el 20% respondieron que el nivel del Liderazgo es regular, y un 38% respondieron que el nivel del Liderazgo es bueno.

Objetivo específico N°1: Analizar la dimensión de la Motivación por Logro en la Junta De Propietarios del Mercado Buenos Aires.

Tabla 3:

Opinión de la Junta de Propietarios sobre la dimensión de Motivación por Logro

| MOTIVACION POR LOGRO | PROPIETARIOS | |
|----------------------|--------------|------|
| | Nº | % |
| Malo | 42 | 40% |
| Regular | 25 | 24% |
| Bueno | 38 | 36% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote-2018.

Elaboración: Los Autores

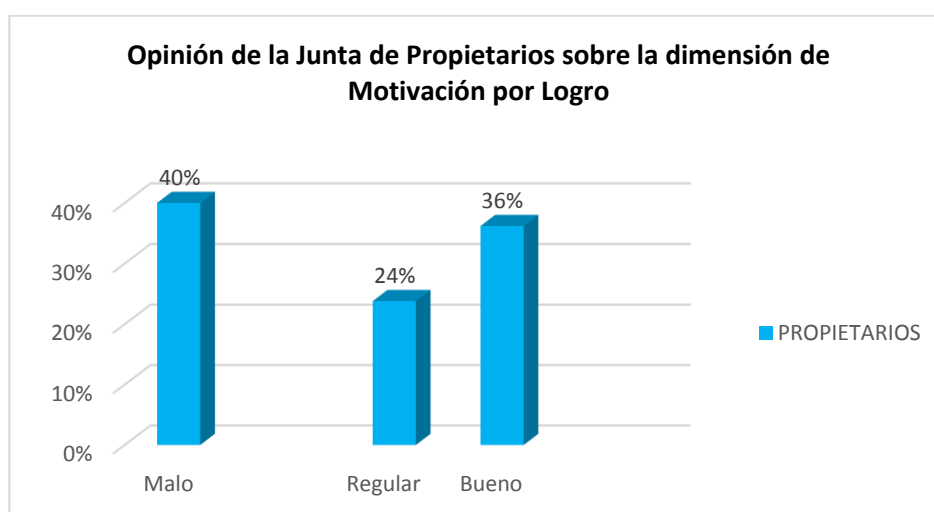


Figura 3: Opinión de la Junta de Propietarios sobre la Motivación por Logro

Elaboración: Los Autores

Fuente: Tabla 3

Interpretación:

- En la tabla N°3 se observa que del 100% de la Junta de Propietarios encuestados, el 40% respondieron que el nivel la Motivación por Logro es malo, el 24% respondieron que el nivel es regular, y un 36% respondieron que el nivel es bueno.

Objetivo específico N°2: Analizar la dimensión de la Motivación por afiliación en la Junta De Propietarios del Mercado Buenos Aires.

Tabla 4:

Opinión de la Junta de Propietarios sobre la dimensión de Motivación por Afiliación

| MOTIVACION POR AFILIACION | PROPIETARIOS | |
|---------------------------|--------------|------|
| | Nº | % |
| Malo | 69 | 66% |
| Regular | 0 | 0% |
| Bueno | 36 | 34% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote-2018.

Elaboración: Los Autores

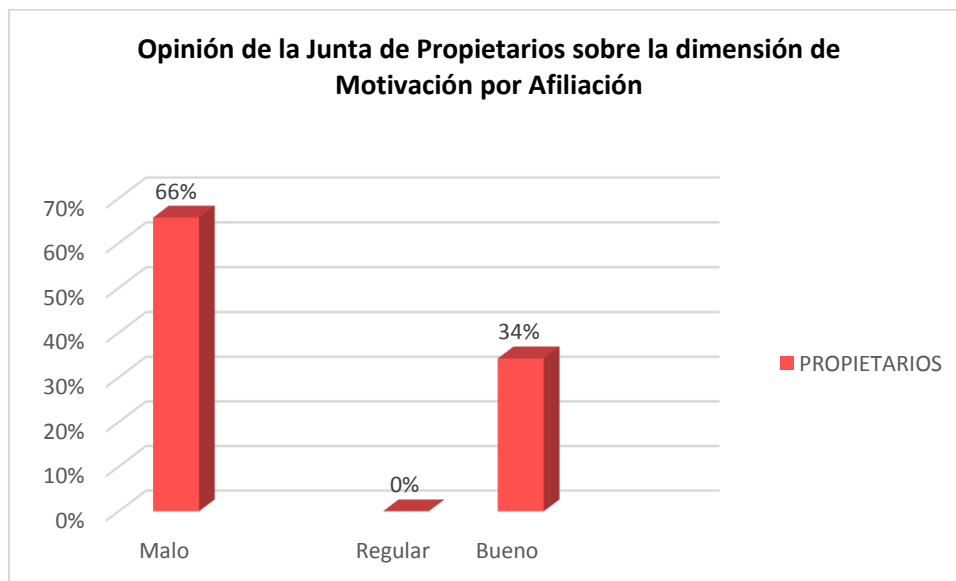


Figura 4: Opinión de la Junta de Propietarios sobre la Motivación por Afiliación

Elaboración: Los Autores

Fuente: Tabla 4

Interpretación:

- En la tabla N°4 se observa que del 100% de la Junta de Propietarios encuestados, el 66% respondieron que el nivel de la Motivación por Afiliación es malo y un 34% respondieron que el nivel es bueno.

Objetivo específico N°3: Analizar la dimensión de la Motivación por Autorrealización en la Junta De Propietarios del Mercado Buenos Aires.

Tabla 5:

Opinión de la Junta de Propietarios sobre la dimensión de Motivación Por Autorrealización

| MOTIVACION POR AUTORREALIZACIÓN | PROPIETARIOS | |
|------------------------------------|--------------|------|
| | Nº | % |
| Malo | 46 | 44% |
| Regular | 22 | 21% |
| Bueno | 37 | 35% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote-2018.

Elaboración: Los Autores

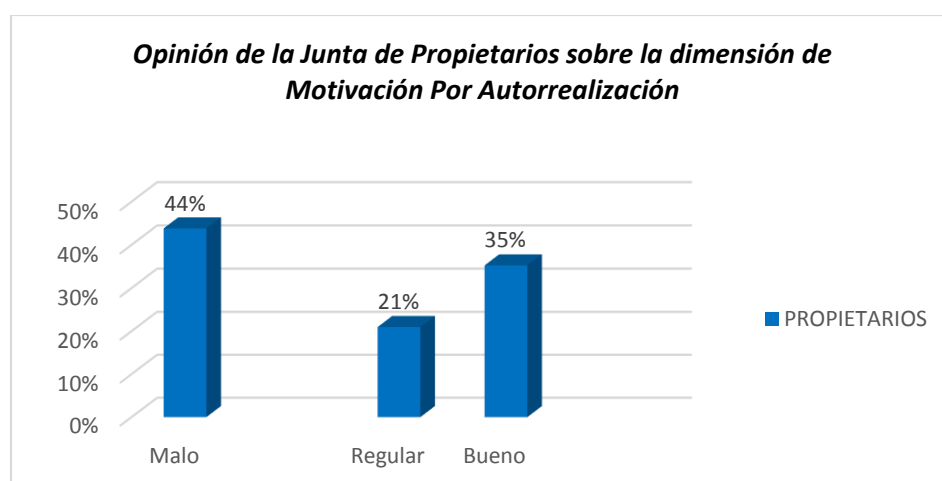


Figura 5: Opinión de la Junta de Propietarios sobre la Motivación por Autorrealización

Elaboración: Los Autores

Fuente: Tabla 5

Interpretación:

- En la tabla N°5 se observa que del 100% de la Junta de Propietarios encuestados, el 44% respondieron que el nivel de la Motivación por Autorrealización es malo, el 21% respondieron que el nivel es regular, y un 35% respondieron que el nivel es malo.

Objetivo específico N°4: Analizar la dimensión de la Motivación del Poder en la Junta De Propietarios del Mercado Buenos Aires.

Tabla 6:

Opinión de la Junta de Propietarios sobre la dimensión de Motivación De Poder

| MOTIVACIÓN POR PODER | PROPIETARIOS | |
|----------------------|--------------|------|
| | Nº | % |
| Malo | 55 | 52% |
| Regular | 11 | 11% |
| Bueno | 39 | 37% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote-2018.

Elaboración: Los Autores

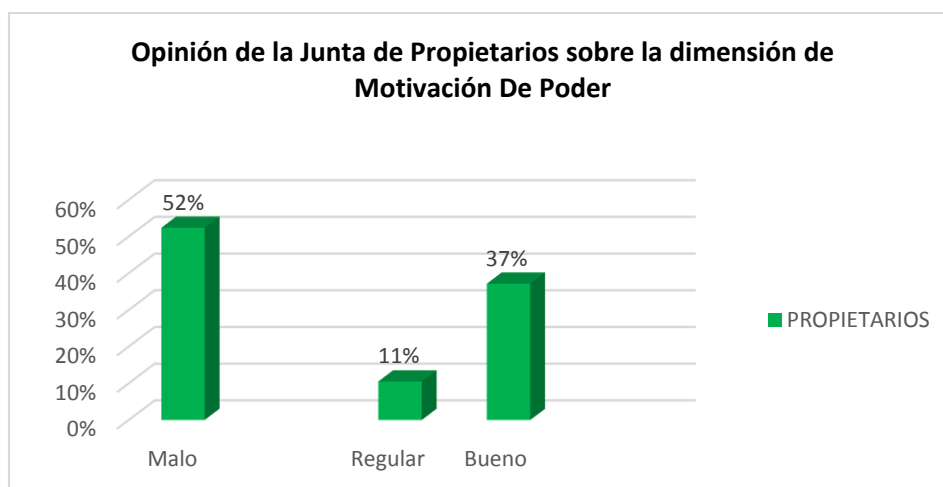


Figura 6: Opinión de la Junta de Propietarios sobre la Motivación por Poder

Elaboración: Los Autores

Fuente: Tabla 6

Interpretación:

- En la tabla N°6 se observa que del 100% de la Junta de Propietarios encuestados, el 52% respondieron que el nivel de la Motivación por Poder es mala, el 11% respondieron que el nivel es regular, y un 37% respondieron que el nivel es bueno.

Objetivo específico N°5: Identificar la dimensión del Liderazgo Autocrático de la Directiva del Mercado Buenos Aires.

Tabla 7:

Opinión de la Junta de Propietarios sobre la dimensión del Liderazgo Autocrático

| LIDERAZGO AUTOCRÁTICO | PROPIETARIOS | |
|-----------------------|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 27 | 26% |
| Casi nunca | 23 | 22% |
| Indiferente | 20 | 19% |
| Algunas veces | 21 | 20% |
| Siempre | 14 | 13% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote-2018.

Elaboración: Los Autores

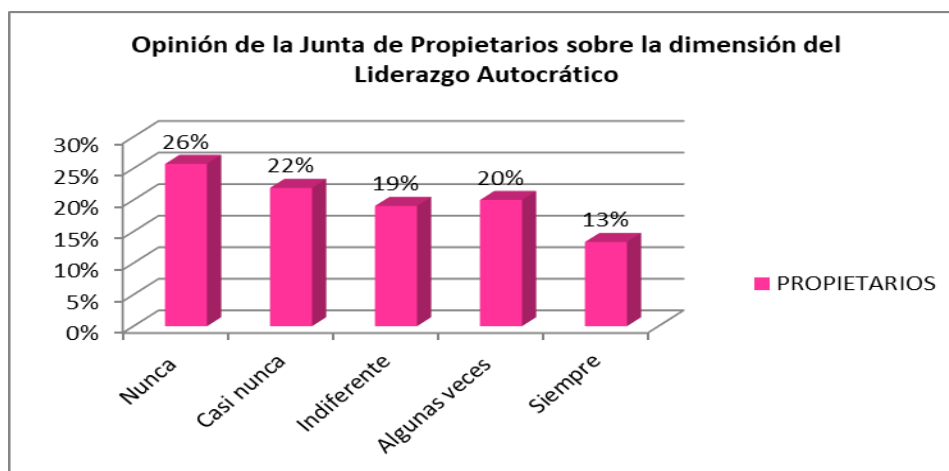


Figura 7: Opinión de la Junta de Propietarios sobre el Liderazgo Autocrático

Elaboración: Los Autores

Fuente: Tabla 7

Interpretaciones:

- En la tabla N°7 se observa que del 100% de la Junta de Propietarios encuestados, el 26% respondieron que nunca se les involucra en la toma de decisiones, n se les toman en cuenta sus opiniones, no se sienten estimulados, el 13% respondieron que siempre.

Objetivo específico N°6: Identificar la dimensión del Liderazgo Democrático de la Directiva del Mercado Buenos Aires.

Tabla 8:

Opinión de la Junta de Propietarios sobre la dimensión del Liderazgo Democrático

| LIDERAZGO DEMOCRÁTICO | PROPIETARIOS | |
|-----------------------|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 24 | 23% |
| Casi nunca | 19 | 18% |
| Indiferente | 30 | 29% |
| Algunas veces | 14 | 13% |
| Siempre | 18 | 17% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote-2018.

Elaboración: Los Autores

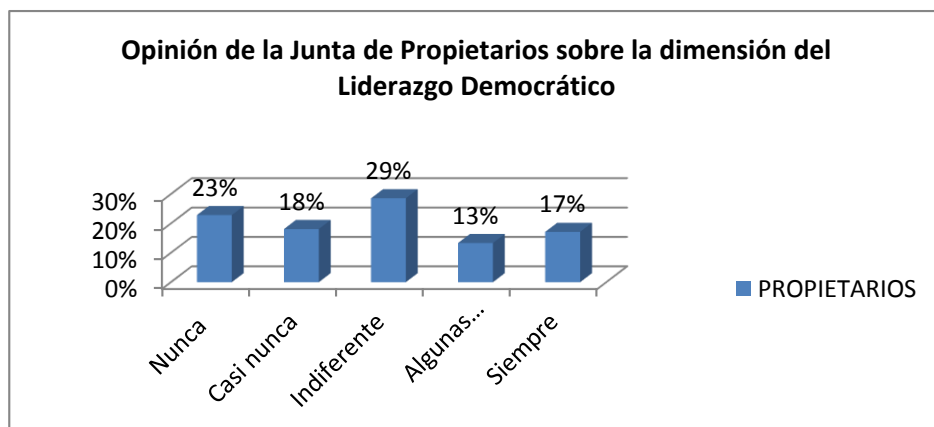


Figura 8: Opinión de la Junta de Propietarios sobre el Liderazgo Democrático

Elaboración: Los Autores

Fuente: Tabla 8

Interpretaciones:

- En la tabla N°8 se observa que del 100% de la Junta de Propietarios encuestados, el 23% respondieron que nunca se aplican las buenas practicas dentro del mercado, no se presentan videos de actividades comerciales en las reuniones, el 13% respondieron que algunas veces.

IV. DISCUSION

Se tomaron en cuenta algunos de nuestros antecedentes de diferentes autores, para realizar nuestras discusiones, poder contrastarlas y compararlas.

Avenecer (2015), en su tesis titulada “Liderazgo y Motivación”. Nos dice que la influencia de liderazgo que tienen los supervisores en los subordinados es positiva, puesto que ellos realizan sus labores de forma efectiva y con un alto grado de excelencia. Nos dice que los colaboradores se encuentran motivados porque se sienten en familia, los reconocimientos otorgados forman parte de una buena estrategia para mejorar y aumentar la productividad y el desempeño de cada colaborador. Lo cual no está de acuerdo con nuestros resultados obtenidos, en la tabla 1, con un 40% la motivación de la Junta de Propietarios es malo, indicando que no se encuentran motivados con las gestiones que realiza la directiva para la mejora del mercado, en la tabla 2, con un 21% nunca se toman en cuenta las opiniones de la junta, ni se le toman en cuenta sus opiniones, un 21% respondió casi nunca y un 20% les pareció indiferente. Por lo tanto, siendo el liderazgo un factor que influye positivamente en el logro de los objetivos, esto perjudicará la mejora del mercado Buenos Aires.

Baquix (2013), en su tesis titulada “Motivación como herramienta para el recurso humano dentro de las cooperativas de ahorro y crédito en la ciudad de Totonicapán”, nos dice que existe una buena relación y comunicación entre compañeros de la empresa siendo esto un factor importante para sentirse más estimulado y motivado, juntamente con el salario que se le asigna. Lo cual no está de acuerdo con nuestros resultados obtenidos, en la tabla 4, con un 66% la motivación por afiliación entre la Directiva y la Junta de Propietarios es malo y un 34% es bueno. Por lo tanto, se puede concluir que no existe una buena relación interpersonal dentro del mercado Buenos Aires.

Agreda & Pulido (2016), en su tesis titulada “El Liderazgo De Los Directivos Y Las Relaciones Interpersonales De Los Colaboradores De La Empresa Starbucks S.A Ubicada En El Real Plaza De La Ciudad De Trujillo En El 2014”. Concluyo que el estilo de liderazgo que prevalece en la empresa Starbucks S.A es la del liderazgo autocrático, tiende a centrar autoridad, indicando métodos de trabajo, toman decisiones de una manera totalmente única en la cual solo interviene el juicio de una persona. Lo cual está de acuerdo con nuestros resultados de nuestra

encuesta aplicada a la Junta de Propietarios, en la tabla 7, con un 26% respondieron que nunca se les pide sugerencias ni toman en cuenta sus opiniones, el 20% respondió algunas veces y un 13% que siempre lo hacen, lo cual se corrobora con lo que nos dice Agreda & Pulido en su tesis realizada, siendo el liderazgo autocrático el que encontramos en el mercado Buenos Aires.

Alvitez y Ramírez (2013) en su tesis titulada “Relación entre el programa de compensación e incentivos y la motivación en los empleados de la empresa del grupo Almer, Trujillo – 7 2013”, de la Universidad Privada Antenor Orrego, en Trujillo. Concluyeron lo siguiente: que el nivel de satisfacción que tienen los empleados de la empresa solo un 28% se sienten muy satisfechos, mientras un 38% no se siente ni satisfecho, ni insatisfecho y un 13 % siente mucha insatisfacción. Lo cual está de acuerdo con nuestros resultados obtenidos, en la tabla 5, con un 44% la motivación por autorrealización de los Propietarios es malo, el 21% es regular y un 35% es bueno. Podemos concluir que nuestros resultados se corroboran con los resultados de Alvitez y Ramírez, no toda la junta de propietarios se siente satisfechos con el crecimiento de su negocio, como es el caso de los empleados de la empresa del grupo Almer, el cual no encuentran ninguna motivación.

V. CONCLUSIONES

En los resultados podemos apreciar que brindan respuesta según los objetivos que se han planteado en base a lo investigado.

1. Se encontró dentro de los resultados obtenidos sobre el Liderazgo, de acuerdo a las preguntas planteadas, que el 21% respondió que nunca se les involucra en la toma de decisiones, ni se organizan constantemente reuniones, la directiva no aplica las buenas prácticas que se está llevando a cabo en otro mercado, y no hay una buena relación interpersonal, un 21% respondió casi nunca, un 20% les pareció indiferente, el 20% respondieron que algunas veces y el 18% respondió que siempre. Así mismo no se está llevando una buena gestión por parte de la Directiva y la gente no está motivada para seguir apoyando en las gestiones para la mejora del mercado, el 40% respondieron que la motivación es mala, el 24% respondió que es regular y un 36% es bueno, las metas u objetivos propuestos por la Directiva no siempre les incentivan a trabajar más. (tabla 1-2)
2. Se analizó que la dimensión de la motivación por logro en la Junta de Propietarios es mala con un 40%, el 24% regular y un 36% es bueno, no todos dan a conocer sus ideas a la Directiva, para que tomen una mejor decisión y se pueda realizar un mejor trabajo en equipo con el propósito de cumplir sus metas y objetivos que se propone para mejorar el mercado Buenos Aires. (tabla 3)
3. Se analizó que la dimensión de la motivación por afiliación en la Junta de Propietarios es mala, con un 66%, no existe una buena relación interpersonal entre la Directiva y los Propietarios; el 36% respondió que es bueno la relación entre ellos, muy pocas veces las obras que se vienen realizando en el mercado son interrumpidas por las gestiones administrativas, motivándolos a seguir colaborando con las actividades que se realizan. Sin embargo, la falta de comunicación hace que no puedan tener una buena relación. (tabla4)
4. Se analizó que la dimensión de la Motivación por autorrealización en la Junta de Propietarios es mala solo un 44% sienten que se han superado económicamente en su negocio a lo largo del tiempo que vienen laborando dentro del mercado, no siempre las ganancias que obtienen satisfacen sus

necesidades básicas. Mientras un 21% respondieron que es regular y solo el 35% es bueno. (tabla 5)

5. Se analizó que la dimensión de la motivación de poder de la Junta de Propietarios, con un 52% es mala, un 11% respondió que es regular y un 37% es bueno, no tienen problemas con sus proveedores que les ofrecen sus productos, algunas veces están de acuerdo con las decisiones de la Directiva, la mayoría de la junta están dispuestos apoyar para mejorar la imagen del mercado. (tabla 6)
6. Se identificó el liderazgo autocrático de la Directiva, no les involucra en la toma de decisiones, no siempre toman en cuenta sus sugerencias u opiniones que dan, no se delega a un miembro de la directiva para reemplazar el cargo de otro, Propietarios siempre están de acuerdo con las reuniones que se realiza constantemente para que puedan hablar sobre las gestiones que se están llevando a cabo, un 26% respondió que nunca, un 213% siempre y un 19% les pareció indiferente las preguntas planteadas. (tabla 7).
7. Se identificó el liderazgo democrático de la Directiva, la Junta de Propietarios apoyan en las actividades que se vienen realizando para recaudar fondos para seguir con las gestiones del mercado, se realiza un trabajo en equipo, con la participación de profesionales y autoridades que verifiquen que se esté llevando a cabo un trabajo de calidad dentro del mercado, se les toma en cuenta sus opiniones, un 23% respondió que nunca, un 13% algunas veces y al 29 % les pareció indiferente las preguntas planteadas, (tabla 8)

VI. RECOMENDACIONES

- Se encontró en los resultados obtenidos que no existe una buena relación interpersonal, por lo que se recomienda a la Directiva y la Junta de Propietarios una mayor comunicación, ya que porque es la mejor forma que tenemos de relacionarnos y expresarnos para dar a conocer nuestros pensamientos e ideas, sin la comunicación no podríamos entendernos.
- Se recomienda a la Directiva organizar actividades (sorteos de artefactos, canastas, etc.) en fechas especiales en las cuales se les pueda estimular a la Junta de Propietarios a seguir apoyando a las gestiones que se vienen realizando, ya que en los resultados obtenidos la junta respondió que no hay ninguna forma de estimularlos por parte de la Directiva.
- En cada reunión que se lleva a cabo en el mercado la directiva no muestra ningún tipo de videos comerciales por lo cual se le recomienda a la Directiva mostrar videos sobre otros mercados, nacionales e internacionales, en las reuniones que se realizan constantemente para que los Propietarios tomen conciencia con respecto al mejoramiento de su negocio, y tengan un modelo a seguir y superarse.
- Se recomienda a la Directiva aplicar las buenas prácticas que se está llevando a cabo en otros mercados, para el mejoramiento del mercado Buenos Aires.

VII. REFERENCIAS

- Agreda, M. & Pulido, J. (2016). El Liderazgo De Los Directivos Y Las Relaciones Interpersonales De Los Colaboradores De La Empresa Starbucks S.A Ubicada En El Real Plaza De La Ciudad De Trujillo En El 2014. (Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración). Universidad Privada Antenor Orrego Facultad De Ciencias Económicas Escuela De Administración. Trujillo – Perú.
- Alvitez, F. y Ramírez, M. (2013). Relación entre el programa de compensación e incentivos y la motivación en los empleados de la empresa del grupo Almer, Trujillo – 7 2013. (Tesis para obtener el Título de Licenciado en Administración). Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo- Perú.
- Avenecer (2015). Liderazgo y Motivación. (Tesis para obtener el Título de Licenciatura en Psicología Industrial/Organizacional). Quetzaltengo. Universidad Rafael Landívar. Guatemala
- Baquiay, A. (2013). Motivación como herramienta para el recurso humano dentro de las cooperativas de ahorro y crédito en la ciudad de Totonicapán. (Tesis para obtener el Título de Licenciatura en Administración de Empresas). Quetzaltenango Guatemala.
- Campos, L. (2012). Estilos de liderazgo Directivo y clima organizacional en una institución educativa del Distrito de Ventanilla- Región Callao. (Tesis para optar el grado académico de Maestro en Educación en la Mención Gestión de la Educación). Universidad San Ignacio de Loyola. Lima Perú.
- Chiavenato, I. (2006). Introducción a la teoría general de la administración. (7ª ed.). México: Editorial Mc Graw Hill/ Interamericana Editores, S.A.
- Domínguez, I. (2016). Estilos de liderazgo y clima organizacional en los colaboradores de un hospital en el distrito de Nuevo Chimbote. (Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Psicología). Universidad Cesar Vallejo. Chimbote. Perú
- Esparza, A. (2016). El Estilo de Liderazgo y su efecto en el Desempeño Laboral del área de Contabilidad en la Empresa El Rocio S.A. Año 2016 – Trujillo.

(Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración).
Universidad Cesar Vallejo. Trujillo – Perú.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. (5ª ed.). McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Martínez, Y. (2007). El liderazgo transformacional en la gestión educativa de una institución educativa pública en el distrito de Santiago de Surco. (Tesis para obtener el grado académico de Magister en educación). Pontificia Universidad Católica Del Perú Escuela De Graduados. Lima – Perú.

Ramírez, C. (14 febrero 2018). Diario Chimbote. Recuperado de:
<https://www.diariodechimbote.com/portada/politica/99509-comerciantes-de-mercado-la-perla-vienen-mejorando-techos-en-puestos>.

Reza, H. (2012). Modelo Teórico, Basado En La Motivación, Liderazgo Y Gestión De Equipos De Trabajo, Para El Logro De Los Objetivos Organizacionales. Caso De Estudio: Subdirección Comercial De Una Empresa De Telecomunicaciones. (Tesis para obtener el grado de: Maestro En Ciencias En Administración De Negocios). Instituto Politécnico Nacional. Escuela Superior De Comercio Y Administración. Unidad Santo Tomás. México, D.F.

Robbins, S. y Coulter, M. (2010). Administración. (10ª ed.). Editorial PEARSON EDUCACION, México.

VIII. ANEXOS

Anexo N°01 MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Análisis de la Motivación y Liderazgo en la Junta de Propietarios Del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote - 2018"

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICION OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEMS | ESCALA DE MEDICION |
|--|---|---|---------------------------------|---|-------|--------------------|
| MOTIVACION DE LA JUNTA DE PROPIETARIOS | Robbins (2010), La motivación es el proceso en el cual los esfuerzos de la persona se ven reflejados, energizados y dirigidos hacia el logro de una meta. | <p>La motivación es la situación emocionalmente positiva o negativa, que se produce en la Junta de Propietarios.</p> <p>Esta variable será medida a través de sus dimensiones: motivación por logro, motivación por afiliación, motivación por autorrealización y motivación por poder.</p> | Motivación por Logro | Lograr sus metas | 1 | Ordinal |
| | | | | | 2 | |
| | | | | Buscar una solución | 3 | |
| | | | | | 4 | |
| | | | | Realizarse de manera eficiente | 5 | |
| | | | | | 6 | |
| | | | Motivación por Afiliación | Relacionarse con las personas | 7 | |
| | | | | Realizan sus labores con actitudes favorables | 8 | |
| | | | Motivación por Autorrealización | Realización personal | 9 | |
| | | | | Toma ventaja de sus capacidades | 10 | |
| | | | | Satisfacción por su desarrollo | 11 | |
| | | | | | 12 | |
| | | | | | 13 | |
| | | | Motivación del Poder | Acepta riesgos | 14 | |
| | | | | | 15 | |
| | | | | Crea influencias | 16 | |

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICION OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEMS | ESCALA DE MEDICION |
|---------------------------|---|--|-------------------|--|-------|--------------------|
| LIDERAZGO DE LA DIRECTIVA | Según Chiavenato (2006), el liderazgo es esencial en todos los tipos de organización, ya sea en las empresas o en cada uno de sus departamentos. De igual manera, también es esencial en las funciones de la administración, porque un administrador requiere conocer la estimulación humana y saber conducir a las personas, esto es, ser líder. | El liderazgo es la habilidad que tiene la Directiva de influir positivamente y lograr buenos resultados Esta variable será medida a través de sus dimensiones: líder autocrático, líder democrático | Líder autocrático | Decisión autoritaria | 17 | Ordinal |
| | | | | Se considera el único competente | 18 | |
| | | | | Falta de interés en el desarrollo del personal | 19 | |
| | | | | Asume toda responsabilidad | 20 | |
| | | | | Minimiza a sus colaboradores | 21 | |
| | | | | | 22 | |
| | | | Líder democrático | Realizan métodos de trabajo | 23 | |
| | | | | Apoya a sus colaboradores | 24 | |
| | | | | Pide sugerencias | 25 | |
| | | | | Involucra en la toma de decisiones | 26 | |
| | | | | Orienta al grupo de trabajo | 27 | |
| | | | | | 28 | |

Anexo N° 02

CUESTIONARIO SOBRE EL ANÁLISIS DE LA MOTIVACIÓN Y LIDERAZGO EN LA JUNTA DE PROPIETARIOS DEL MERCADO BUENOS AIRES NUEVO CHIMBOTE - 2018

Reciba Usted mi cordial saludo:

Mucho agradeceré su participación aportando datos respondiendo a las preguntas de la presente encuesta, mediante el cual me permitirá realizar mi Proyecto de Investigación y luego formular mi Informe de Tesis de cuyo título es Análisis de la Motivación y Liderazgo en la Junta de Propietarios Del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote - 2018.

INSTRUCCIONES: Marcar dentro del paréntesis con una "X" la alternativa correcta (solo una):

1. NUNCA
2. CASI NUNCA
3. INDIFERENTE
4. ALGUNAS VECES
5. SIEMPRE

| MOTIVACION | | | | | | |
|------------|--|--------------|---|---|---|---|
| Nº | ITEMS | ALTERNATIVAS | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | ¿Para lograr el crecimiento de su negocio busco apoyo económico de instituciones financieras? | | | | | |
| 2 | ¿Usted pone en práctica sus ideas y conocimientos ante la Directiva? | | | | | |
| 3 | ¿Cree usted que la Directiva realiza un trabajo de calidad frente a las gestiones que se viene realizando en el mercado? | | | | | |
| 4 | ¿Usted toma decisiones junto con la Directiva para que puedan lograr sus metas? | | | | | |
| 5 | ¿Las metas u objetivos propuestas por la Directiva, le incentivan a trabajar más? | | | | | |
| 6 | ¿Me siento identificado con las metas de mi | | | | | |

| | | | | | | |
|------------------|--|--|--|--|--|--|
| | Organización? | | | | | |
| 7 | ¿Existe una buena relación interpersonal entre la Directiva y la Junta de Propietarios? | | | | | |
| 8 | ¿En muchos casos las obras dentro del mercado son interrumpidas por el manejo Administrativo? | | | | | |
| 9 | ¿Siente que estos últimos años se ha superado económicamente en su negocio? | | | | | |
| 10 | ¿Sus capacidades y habilidades le ayudan a contribuir al mejoramiento de su negocio y del mercado? | | | | | |
| 11 | ¿Está satisfecho con el logro alcanzado en su negocio durante el tiempo que tiene trabajando en el mercado? | | | | | |
| 12 | ¿Se siente a gusto con el desempeño de la Directiva del Mercado? | | | | | |
| 13 | ¿Las ganancias que obtiene en su negocio satisfacen sus necesidades básicas? | | | | | |
| 14 | ¿Usted tiene problemas con sus proveedores que les ofrecen sus productos? | | | | | |
| 15 | ¿Está de acuerdo con las decisiones tomadas por la junta Directiva para conseguir la mejora del mercado? | | | | | |
| 16 | ¿Las actividades que realiza la Directiva influye en sus acciones para mejorar la buena imagen del mercado Buenos Aires? | | | | | |
| LIDERAZGO | | | | | | |
| 17 | ¿La Directiva les involucra en la toma de decisiones? | | | | | |
| 18 | ¿La Directiva pide sugerencias frente algún conflicto que se pueda presentar con las gestiones del mercado? | | | | | |
| 19 | ¿La Directiva realiza constantemente reuniones para evaluar y discutir las gestiones que se están llevando a cabo en el mercado? | | | | | |
| 20 | ¿En caso de ausencia de un miembro de la directiva, se delega a otra persona a realizar sus funciones? | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 21 | ¿Cómo cabeza de la organización de comerciantes, la directiva busca estimularlos con sorteos de artefactos, bingos,etc.? | | | | | |
| 22 | ¿Siente que los miembros de la Directiva se sienten identificados con los objetivos planteados al mercado? | | | | | |
| 23 | ¿En las reuniones la Directiva utilizan modelos de videos de actividades comerciales locales, nacionales e internacionales que les concienticen para la mejora de la gestión? | | | | | |
| 24 | ¿Considera que las gestiones que se están realizando en el mercado influyen a seguir apoyando en las actividades? | | | | | |
| 25 | ¿Cómo responsable del Mercado Buenos Aires, la Directiva solicita la intervención de autoridades y profesionales que mejoren y verifiquen el trabajo que están realizando? | | | | | |
| 26 | ¿La Directiva les involucra a la Junta en la toma de decisiones para lograr un mejor desarrollo en su gestión? | | | | | |
| 27 | ¿La Directiva aplica las buenas prácticas que se está llevando a cabo en otro mercado para la mejora de la organización? | | | | | |
| 28 | ¿Usted está de acuerdo con esta frase:" la unión hace la fuerza? | | | | | |

GRACIAS POR SU APOYO.

Anexo N° 03

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Cristian Uesius Sulasmabar, titular
del DNI. N° 07975038, de profesión
Lic. en Administración, ejerciendo
actualmente como Docente, en la
Institución Univ. César Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación a La Junta de Propietarios y Directiva del Mercado Buenos Aires de Nuevo Chimbote

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

| | DEFICIENTE | ACEPTABLE | BUENO | EXCELENTE |
|------------------------|------------|-----------|-------|-----------|
| Congruencia de Ítems | | | ✓ | |
| Amplitud de contenido | | | ✓ | |
| Redacción de los Ítems | | | ✓ | |
| Claridad y precisión | | | ✓ | |
| Pertinencia | | | ✓ | |

En Chimbote, a los 08 días del mes de Noviembre del 2018


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Luis Alberto Calderón Varleque, titular
del DNI. N° 40097132, de profesión
ESTADISTICO - INFORMATICO, ejerciendo
actualmente como DOCENTE, en la
Institución UCV.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación a La Junta de Propietarios y Directiva del Mercado Buenos Aires de Nuevo Chimbote

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

| | DEFICIENTE | ACEPTABLE | BUENO | EXCELENTE |
|------------------------|------------|-----------|-------|-----------|
| Congruencia de Ítems | | | | / |
| Amplitud de contenido | | | | / |
| Redacción de los Ítems | | | | / |
| Claridad y precisión | | | | / |
| Pertinencia | | | | / |

En Chimbote, a los 13 días del mes de NOVIEMBRE del 2017.


Luis Alberto Calderón Varleque
COESPE : 325
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERU
REGION LA LIBERTAD

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Henry Joseph Del Castillo Villacorta, titular
del DNI. N° 32982461, de profesión
ING° INDUSTRIAL - DR. EDUCACION,
ejerciendo
actualmente como DOCENTE UNIVERSITARIO, en la
Institución UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación a La Junta de Propietarios y Directiva del Mercado Buenos Aires de Nuevo Chimbote

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

| | DEFICIENTE | ACEPTABLE | BUENO | EXCELENTE |
|------------------------|------------|-----------|-------|-----------|
| Congruencia de Ítems | | | ✓ | |
| Amplitud de contenido | | | | ✓ |
| Redacción de los Ítems | | | ✓ | |
| Claridad y precisión | | | ✓ | |
| Pertinencia | | | ✓ | |

En Chimbote, a los 15 días del mes de NOVIEMBRE del 2017


Firma

Anexo N° 04

COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum_j S_j^2}{\left[\sum_j S_j r_{jw} \right]^2} \right)$$

Requiere de una sola aplicación del instrumento y se basa en la medición de la respuesta del sujeto con respecto a los ítems del instrumento.

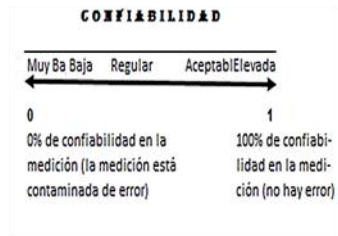
CONFIABILIDAD:

-Se puede definir como la estabilidad o consistencia de los resultados obtenidos

-Es decir, se refiere al grado en que la aplicación repetida del instrumento, al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados

-Ejemplo, si un Test de Inteligencia Emocional se aplica hoy a un grupo de profesores y proporciona ciertos datos; si se aplica un mes después y proporciona valores diferentes y de manera similar en mediciones subsecuentes, tal prueba no es confiable.

| | Item 1 | Item 2 | Item 3 | Item 4 | Item 5 | Item 6 | Item 7 | Item 8 | Item 9 | Item 10 | Item 11 | Item 12 | Item 13 | Item 14 | Item 15 | Item 16 | Item 17 | Item 18 | Item 19 | Item 20 | Item 21 | Item 22 | Item 23 | Item 24 | Item 25 | Item 26 | Item 27 | Item 28 | SUMA |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| E1 | 4 | 2 | 4 | 1 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 95 |
| E2 | 1 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 102 |
| E3 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 114 |
| E4 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 1 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 87 |
| E5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 1 | 4 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 109 |
| E6 | 5 | 3 | 3 | 1 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 1 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 109 |
| E7 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 4 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 117 |
| E8 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 119 |
| E9 | 5 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 4 | 2 | 5 | 2 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 4 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 91 |
| E10 | 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 116 |
| Varianza | 3.378 | 1.878 | 0.900 | 2.844 | 2.011 | 1.733 | 1.211 | 0.267 | 0.944 | 0.711 | 2.100 | 1.878 | 2.100 | 0 | 1.878 | 1.878 | 0.233 | 0.233 | 0.000 | 0.233 | 0.000 | 0.178 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.178 | 0.178 | 0.000 | 132.767 |



(Varianza de la Población) 26.944

| | |
|--|---------|
| K: El número de ítems | 28 |
| $\sum S_i^2$: Sumatoria de las Varianzas de los Items | 26.944 |
| S_T^2 : La Varianza de la suma de los Items | 132.767 |

| | | | | |
|-----------------|---|---|---------|-------|
| $\frac{28}{27}$ | 1 | - | 0.20295 | 0.827 |
|-----------------|---|---|---------|-------|

3%

Anexo N° 05

RESULTADOS DE CADA PREGUNTA APLICADA A LA JUNTA DE PROPIETARIOS SOBRE EL ANÁLISIS DE LA MOTIVACIÓN Y LIDERAZGO EN LA JUNTA DE PROPIETARIOS DEL MERCADO BUENOS AIRES NUEVO CHIMBOTE - 2018

Tabla 9:

Opinión de los encuestados acerca del crecimiento de su negocio

| ¿Para lograr el crecimiento de su negocio busco apoyo económico de instituciones financieras ? | Propietarios | |
|--|--------------|-----|
| | Nº | % |
| Nunca | 18 | 17% |
| Casi nunca | 13 | 12% |
| Indiferente | 0 | 0% |
| Algunas veces | 34 | 32% |
| Siempre | 40 | 38% |
| Total | 105 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

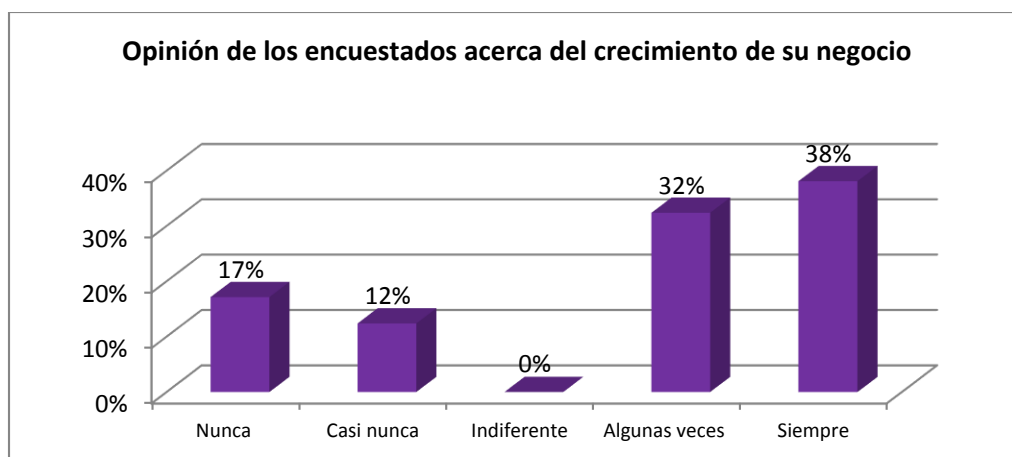


FIGURA 9: Opinión de los encuestados acerca del crecimiento de su negocio

Fuente: Tabla 9

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, podemos decir que 40 personas de la junta de propietarios, que representan el 38%, contestaron que Siempre busca apoyo económico de instituciones financieras para lograr el crecimiento de su negocio.
- 13 personas encuestadas de la junta de propietarios, que representan el 12% de los encuestados, contestaron que Casi nunca buscaron apoyo de instituciones financieras.

Tabla 10:

Opinión de los encuestados sobre poner en práctica sus ideas y conocimiento ante la Directiva

| ¿Usted pone en práctica sus ideas y conocimiento ante la Directiva? | Propietarios | |
|---|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 11 | 10% |
| Casi nunca | 24 | 23% |
| Indiferente | 7 | 7% |
| Algunas veces | 31 | 30% |
| Siempre | 32 | 30% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

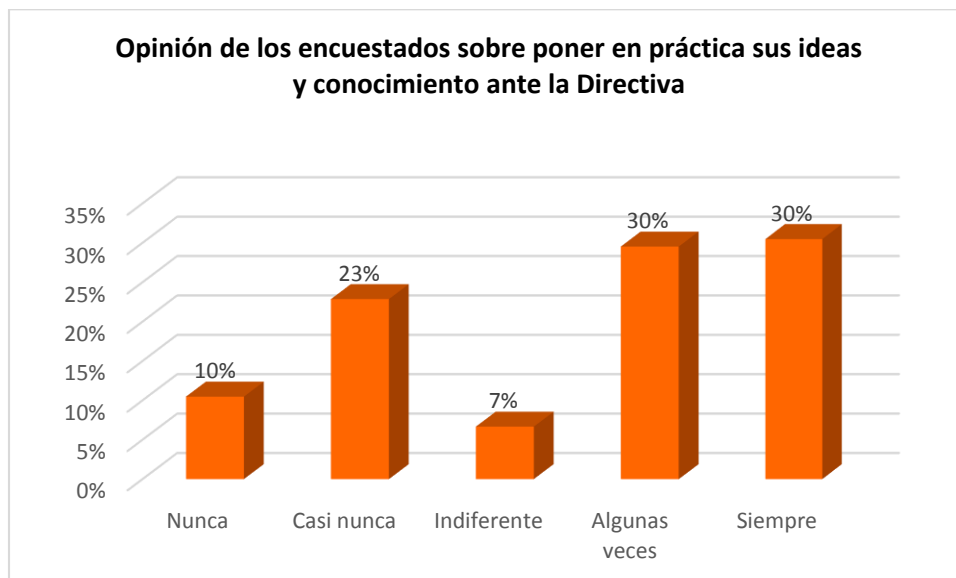


Figura 10: Opinión de los encuestados sobre poner en práctica sus ideas y conocimiento ante la Directiva

Fuente: Tabla 10

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, podemos decir que 32 personas de la junta de propietarios, que representan el 30%, contestaron que Siempre ponen en práctica sus ideas y conocimiento ante la Directiva.
- 7 personas encuestadas de la junta de propietarios, que representan el 7%, contestaron que les es indiferente.

Tabla 11:

Opinión de los encuestados sobre el trabajo que viene realizando la Directiva en el Mercado

| ¿Cree usted que la Directiva realiza un trabajo de calidad frente a las gestiones que se viene realizando en el Mercado? | Propietarios | |
|--|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 2 | 2% |
| Casi nunca | 21 | 20% |
| Indiferente | 12 | 11% |
| Algunas veces | 39 | 37% |
| Siempre | 31 | 30% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

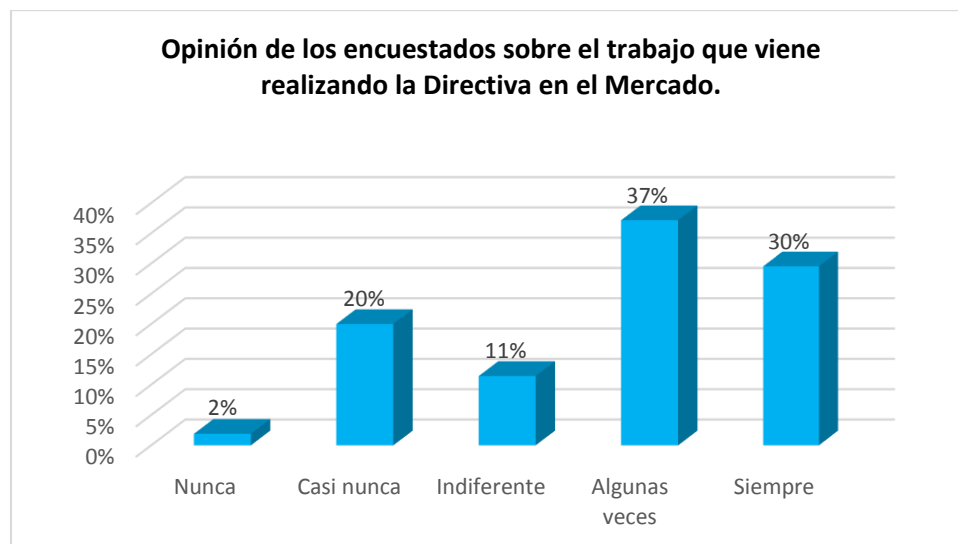


Figura 11: Opinión de los encuestados sobre el trabajo que viene realizando la Directiva en el Mercado.

Fuente: Tabla 11

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 39 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 30%, contestaron que algunas veces la Directiva realiza un trabajo de calidad frente a las gestiones que se está realizando en el mercado.
- 2 personas encuestadas de la Junta de propietarios, que representan el 2%, contestaron que Nunca la Directiva realiza un trabajo de calidad.

Tabla 12:

Opinión de los encuestados sobre la toma decisiones junto con la directiva para que puedan lograr sus metas

| ¿Usted toma decisiones junto con la Directiva para que puedan lograr sus metas? | Propietarios | |
|---|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 6 | 6% |
| Casi nunca | 28 | 27% |
| Indiferente | 13 | 12% |
| Algunas veces | 47 | 45% |
| Siempre | 11 | 10% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

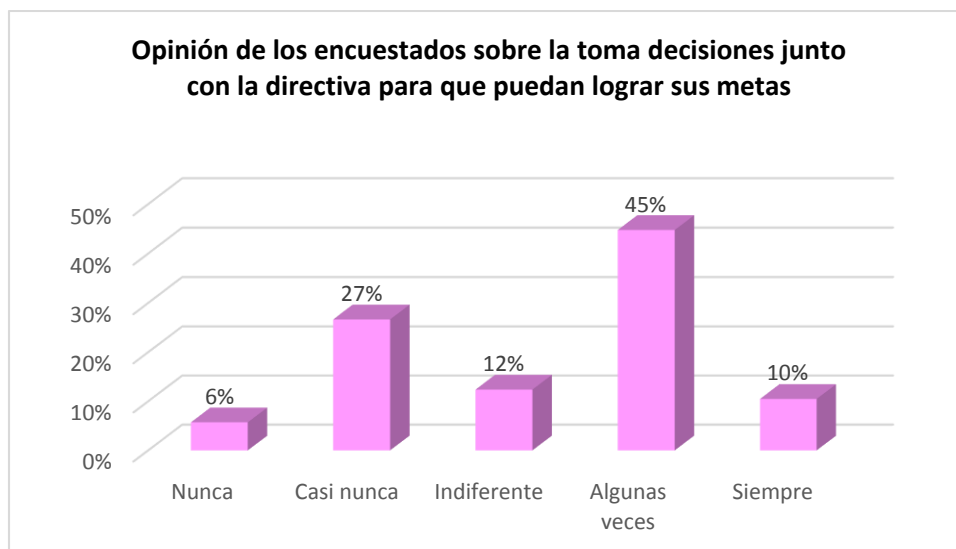


Figura 12: Opinión de los encuestados sobre la toma decisiones junto con la directiva para que puedan lograr sus metas

Fuente: Tabla 12

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 47 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 45%, contestaron que algunas veces toman decisiones en conjunto con la Directiva para lograr sus metas.
- 6 personas encuestadas de la Junta de Propietarios, que representan el 6%, contestaron que nunca toman decisiones junto a la Directiva.

Tabla 13:

Opinión de los encuestado sobre las metas u objetivos propuestas por la Directiva

| ¿Las metas u objetivos propuestas por la Directiva, le incentivan a trabajar más? | Propietarios | |
|---|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 1 | 1% |
| Casi nunca | 13 | 12% |
| Indiferente | 20 | 19% |
| Algunas veces | 39 | 37% |
| Siempre | 32 | 30% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

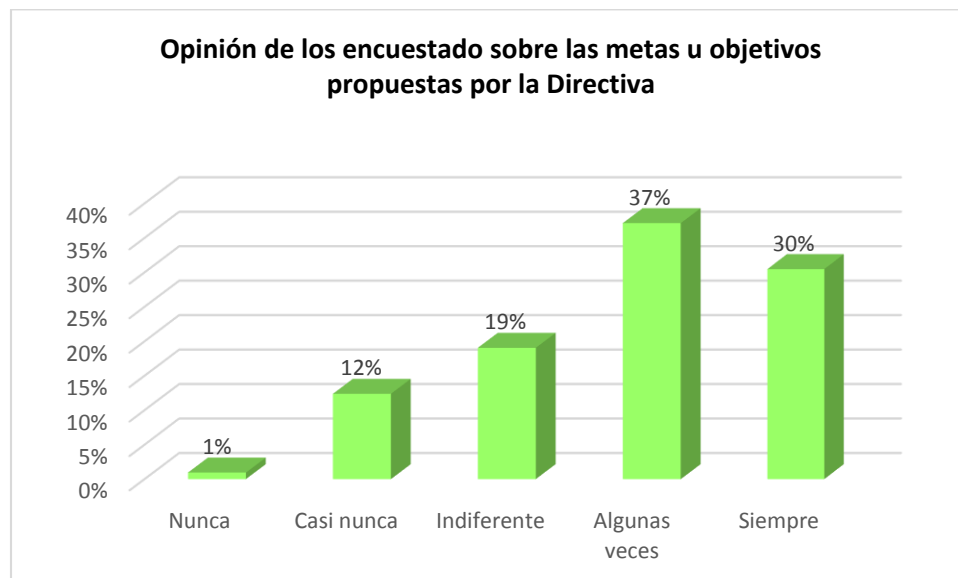


Figura 13: Opinión de los encuestado sobre las metas u objetivos propuestas por la Directiva

Fuente: Tabla 13

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 39 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 37% contestaron que algunas veces las metas u objetivos propuestas por la Directiva le incentivan a trabajar más.
- 1 personas de la Junta de Propietarios, que representa el 1% contesto que nunca las metas u objetivos le incentivan a trabajar más.

Tabla 14:

Opinión de los encuestados sobre su identificación con las metas de la organización

| ¿Me siento identificado con las metas de mi organización? | Propietarios | |
|---|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 8 | 8% |
| Casi nunca | 16 | 15% |
| Indiferente | 19 | 18% |
| Algunas veces | 31 | 30% |
| Siempre | 31 | 30% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

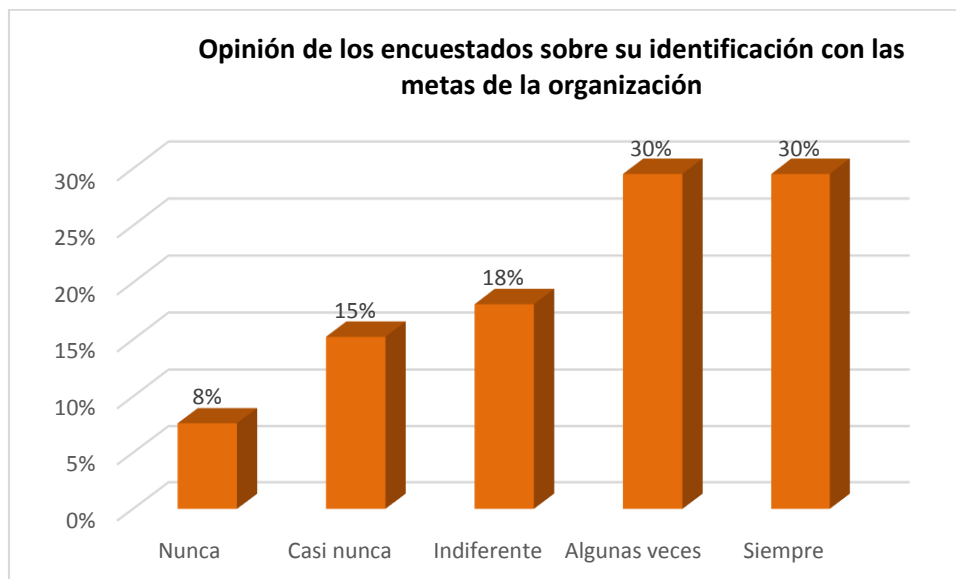


Figura 14: Opinión de los encuestados sobre su identificación con las metas de la organización

Fuente: Tabla 14

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 31 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 30%, contestaron que siempre se sienten identificados con las metas de la organización, mientras el otro 30%, contestaron que algunas veces se sienten identificados.
- 8 personas de la Junta de Propietarios, que representa el 8%, contestaron que nunca se sienten identificados con las metas de la organización.

Tabla 15:

Opinión de los encuestados acerca de la relación interpersonal entre la Directiva y la Junta de Propietarios

| ¿Existe una buena relación interpersonal entre la Directiva y la Junta de Propietarios? | Propietarios | |
|---|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 6 | 6% |
| Casi nunca | 20 | 19% |
| Indiferente | 16 | 15% |
| Algunas veces | 21 | 20% |
| Siempre | 42 | 40% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

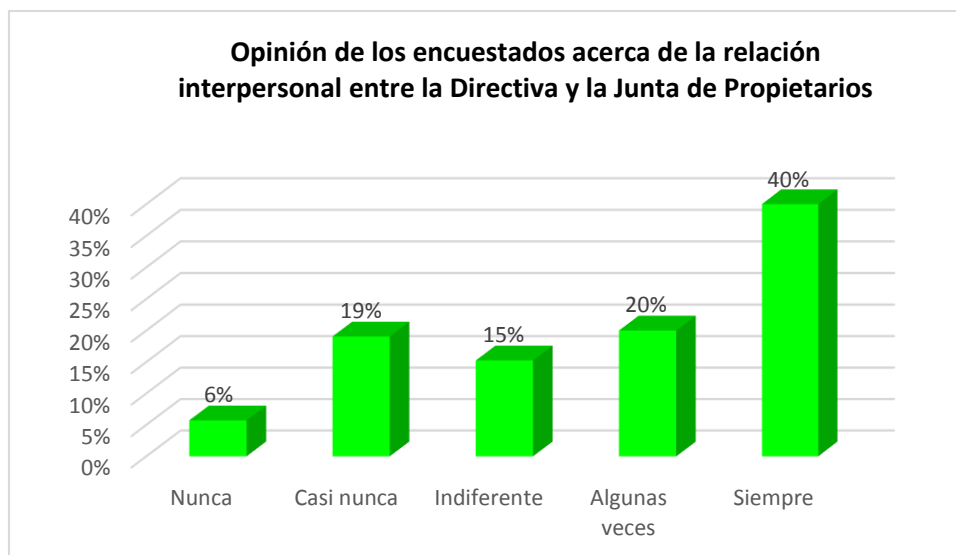


Figura 15: Opinión de los encuestados acerca de la relación interpersonal entre la Directiva y la Junta de Propietarios

Fuente: Tabla 15

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 42 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 40%, contestaron que siempre existe una buena relación interpersonal entre la Directiva y la Junta de Propietarios.
- 6 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 6%, contestaron que nunca existe una buena relación interpersonal.

Tabla 16:

Opinión de los encuestados acerca de las obras dentro del Mercado

| ¿En muchos casos las obras dentro del Mercado son interrumpidas por el manejo administrativo? | Propietarios | |
|---|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 14 | 13% |
| Casi nunca | 19 | 18% |
| Indiferente | 15 | 14% |
| Algunas veces | 30 | 29% |
| Siempre | 27 | 26% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

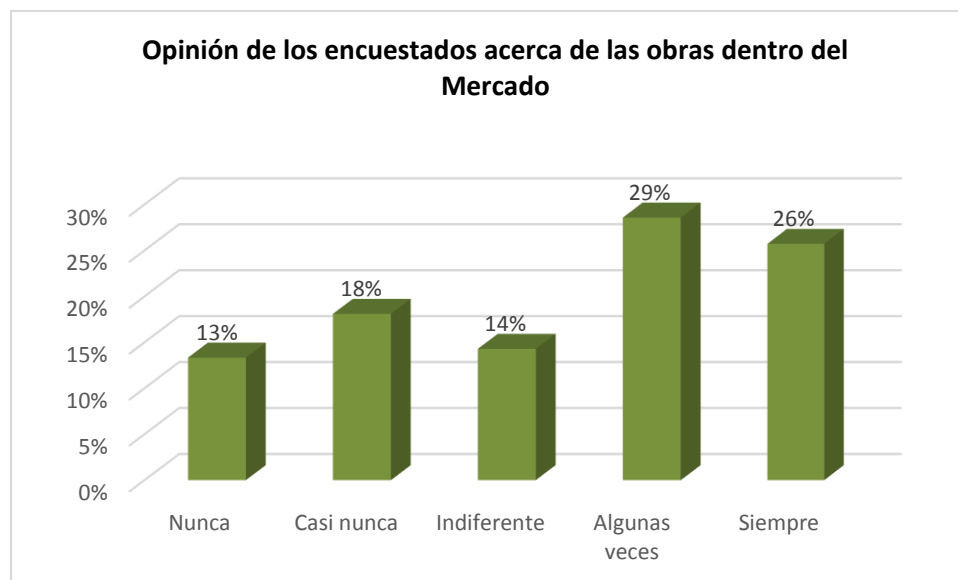


Figura 16: Opinión de los encuestados acerca de las obras dentro del Mercado

Fuente: Tabla 16

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 30 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 29%, contestaron que algunas veces las obras dentro del mercado son interrumpidas por el manejo administrativo.
- 14 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 13%, contestaron que nunca las obras dentro del mercado son interrumpidas por el manejo administrativo.

Tabla 17:

Siente que estos últimos años se ha superado económicamente en su negocio

| ¿Siente que estos últimos años se ha superado económicamente en su negocio? | Propietarios | |
|---|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 0 | 0% |
| Casi nunca | 1 | 1% |
| Indiferente | 25 | 24% |
| Algunas veces | 37 | 35% |
| Siempre | 42 | 40% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

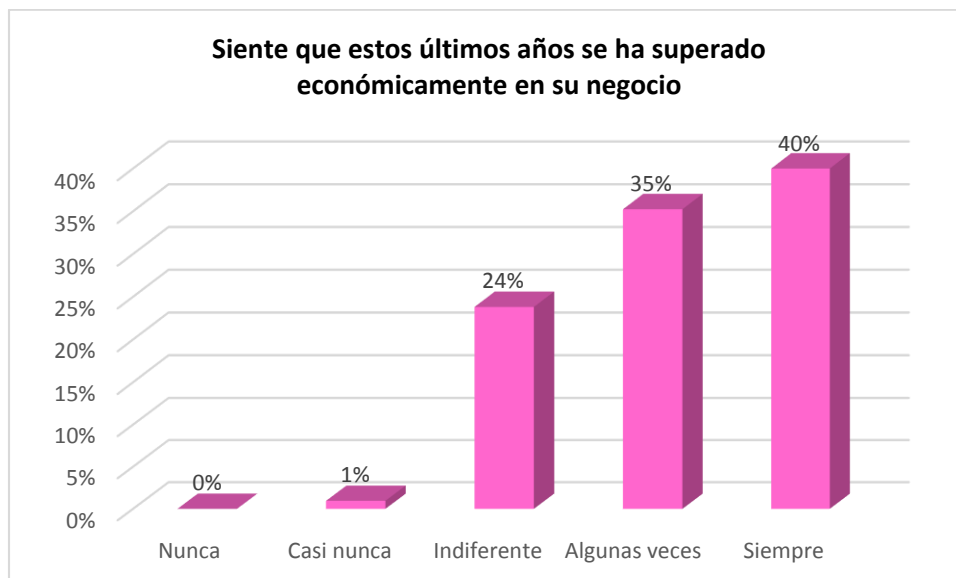


Figura 17: Siente que estos últimos años se ha superado económicamente en su negocio

Elaboración: Los Autores

Fuente: Tabla 17

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 42 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 40%, contestaron que siempre sienten que estos últimos años se han superado económicamente en su negocio.
- 1 persona de la Junta de Propietarios, que representa el 1%, contesto que casi nunca siente que se ha superado económicamente en su negocio.

Tabla 18:

Opinión de los encuestados sobre sus capacidades y habilidades, le ayudan a contribuir al mejoramiento de su negocio y del Mercado

| ¿Sus capacidades y habilidades le ayudan a contribuir al mejoramiento de su negocio y del Mercado? | Propietarios | |
|--|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 1 | 1% |
| Casi nunca | 8 | 8% |
| Indiferente | 9 | 9% |
| Algunas veces | 33 | 31% |
| Siempre | 54 | 51% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

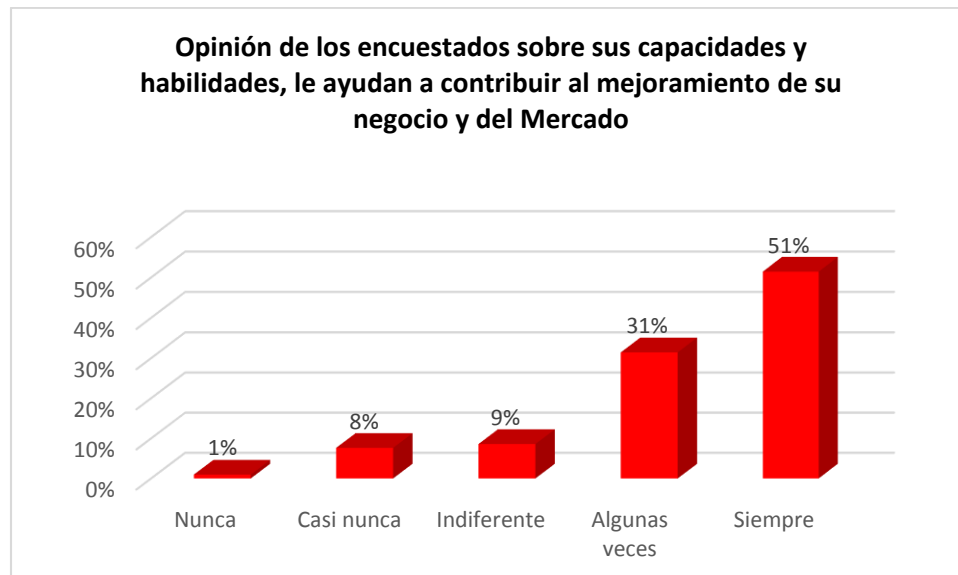


Figura 18: Opinión de los encuestados sobre sus capacidades y habilidades, le ayudan a contribuir al mejoramiento de su negocio y del Mercado

Fuente: Tabla 18

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 54 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 51%, contestaron que siempre sus capacidades y habilidades le ayudan a contribuir al mejoramiento de su negocio y del mercado.
- 1 persona de la Junta de propietarios, que representa el 1% contesto que nunca sus capacidades y habilidades le ayuda al mejoramiento de su negocio y del mercado.

Tabla 19:

Opinión de los encuestados sobre su satisfacción con el logro alcanzado en su negocio durante el tiempo que tiene trabajando en el Mercado.

| ¿Está satisfecho con el logro alcanzado en su negocio durante el tiempo que tiene trabajando en el mercado? | Propietarios | |
|---|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 0 | 0% |
| Casi nunca | 1 | 1% |
| Indiferente | 7 | 7% |
| Algunas veces | 34 | 32% |
| Siempre | 63 | 60% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

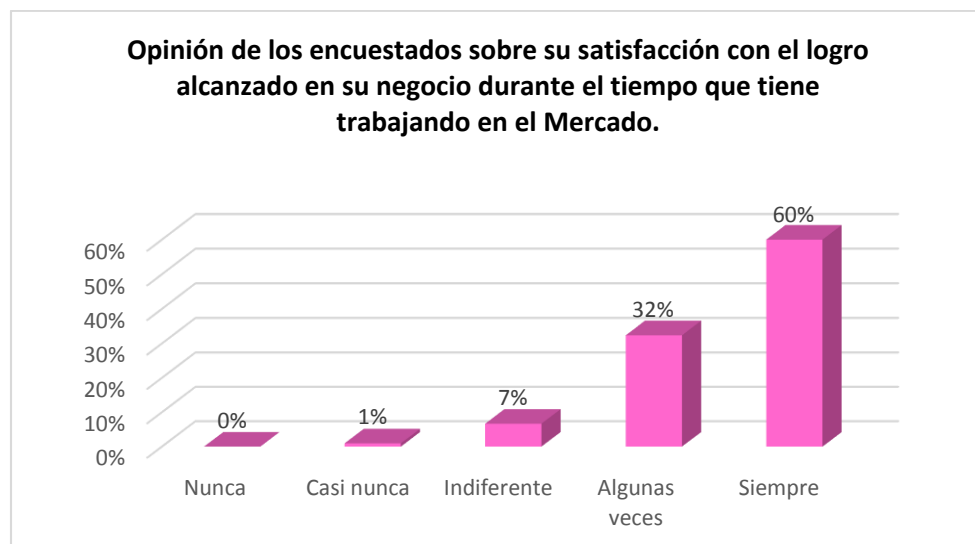


Figura 19: Opinión de los encuestados sobre su satisfacción con el logro alcanzado en su negocio durante el tiempo que tiene trabajando en el Mercado.

Fuente: Tabla 19

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 63 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 60%, contestaron que siempre están satisfechos con el logro alcanzado en su negocio durante el tiempo que tienen trabajando en el mercado.
- 1 persona de la Junta de Propietarios, que representa el 1% contestó que casi nunca está satisfecho con el logro alcanzado en su negocio.

Tabla 20:

Opinión de los encuestados sobre su satisfacción con el desempeño de la Directiva del Mercado

| ¿Se siente a gusto con el desempeño de la Directiva del Mercado? | Propietarios | |
|--|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 4 | 4% |
| Casi nunca | 13 | 12% |
| Indiferente | 14 | 13% |
| Algunas veces | 55 | 52% |
| Siempre | 19 | 18% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

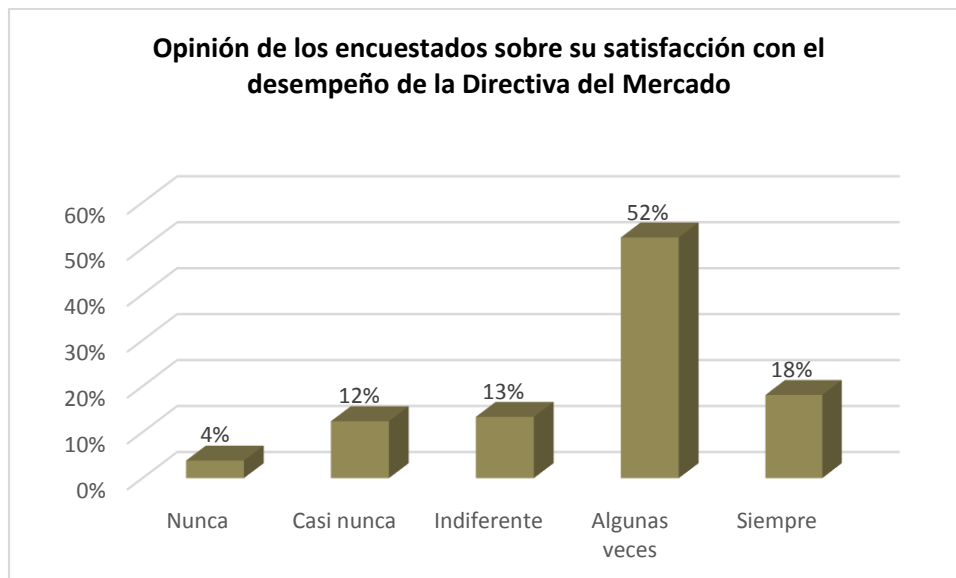


Figura 20: Opinión de los encuestados sobre su satisfacción con el desempeño de la Directiva del Mercado

Fuente: Tabla 20

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 55 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 52%, contestaron que algunas veces se siente a gusto con el desempeño de la Directiva del mercado.
- 4 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 4%, contestaron que nunca están a gusto con el desempeño de la Directiva.

Tabla 21:

Opinión de los encuestados acerca las ganancias que obtienen satisfacen sus necesidades básicas

| ¿Las ganancias que obtiene en su negocio satisfacen sus necesidades básicas? | Propietarios | |
|--|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 1 | 1% |
| Casi nunca | 3 | 3% |
| Indiferente | 15 | 14% |
| Algunas veces | 46 | 44% |
| Siempre | 40 | 38% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

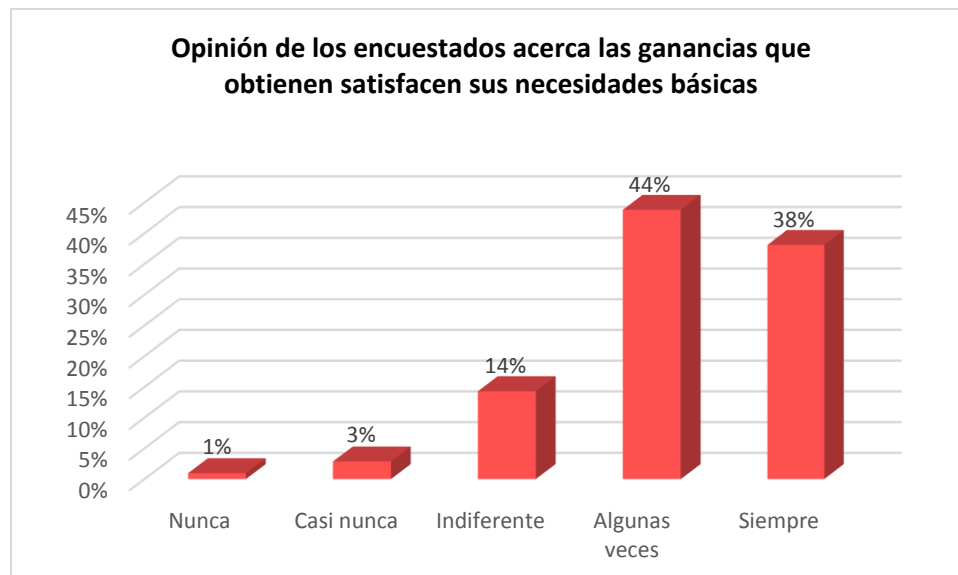


Figura 21: Opinión de los encuestados acerca las ganancias que obtienen satisfacen sus necesidades básicas

Fuente: Tabla 21

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 46 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 44% contestaron que algunas veces las ganancias que obtienen en su negocio satisfacen sus necesidades básicas.
- 1 persona de la Junta de Propietarios, que representa el 1% contesto que nunca sus ganancias que obtiene le satisfacen sus necesidades.

Tabla 22:

Opinión de los encuestados sobre los proveedores que ofrecen sus productos

| ¿Usted tiene problemas con sus proveedores que les ofrecen sus productos? | Propietarios | |
|---|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 60 | 57% |
| Casi nunca | 38 | 36% |
| Indiferente | 0 | 0% |
| Algunas veces | 7 | 7% |
| Siempre | 0 | 0 |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

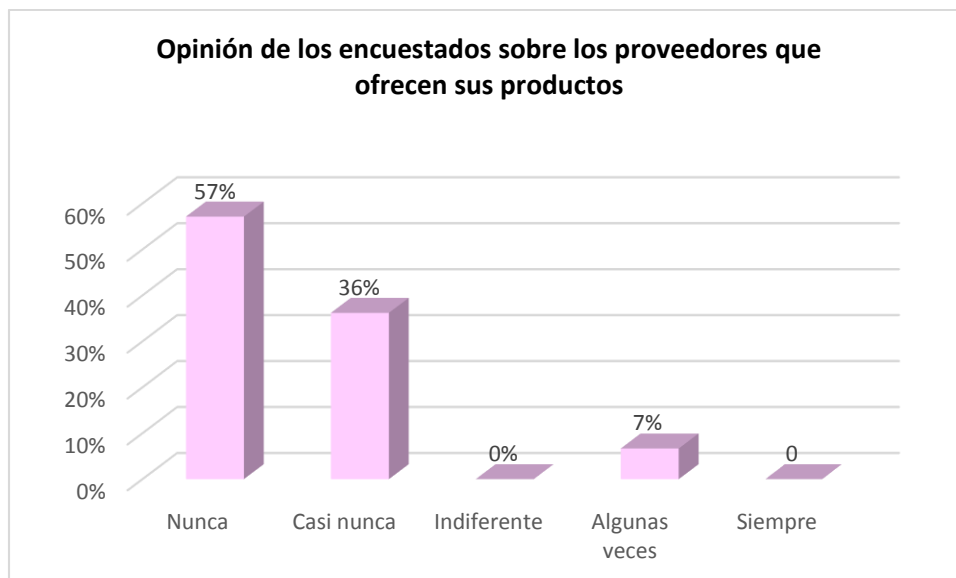


Figura 22: Opinión de los encuestados sobre los proveedores que ofrecen sus productos

Fuente: Tabla 22

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 60 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 57% contestaron que nunca tienen problemas con sus proveedores que les ofrecen su producto.
- 7 personas de la Junta de Propietarios, que representa el 7% contestó que algunas veces tienen problemas con sus proveedores.

Tabla 23:

Opinión de los encuestados acerca de las decisiones tomadas por la Junta Directiva para conseguir la mejora del Mercado

| ¿Está de acuerdo con las decisiones tomadas por la Junta Directiva para conseguir la mejora del Mercado? | Propietarios | |
|--|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 2 | 2% |
| Casi nunca | 8 | 8% |
| Indiferente | 15 | 14% |
| Algunas veces | 46 | 44% |
| Siempre | 34 | 32% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

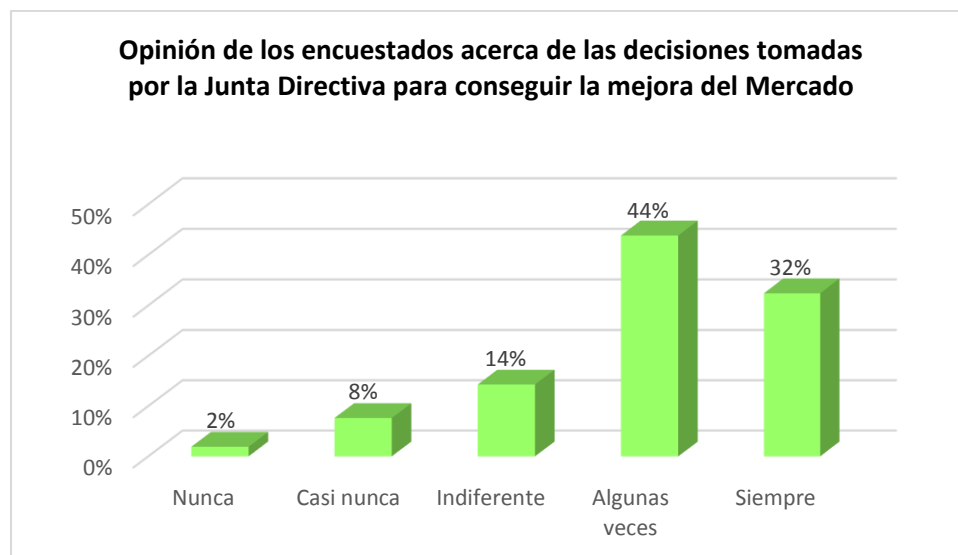


Figura 23: Opinión de los encuestados acerca de las decisiones tomadas por la Junta Directiva para conseguir la mejora del Mercado

Fuente: Tabla 23

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 46 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 44% contestaron que algunas veces están de acuerdo con las decisiones tomadas por la Junta Directiva para conseguir la mejora del mercado.
- 2 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 2%, contestaron que nunca están de acuerdo con las decisiones tomadas por la junta Directiva.

Tabla 24:

Opinión de los encuestados sobre las actividades que realiza la Directiva para mejorar la buena imagen del Mercado Buenos Aires

| ¿Las actividades que realiza la Directiva influye en sus acciones para mejorar la buena imagen del Mercado Buenos Aires? | Propietarios | |
|--|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 6 | 6% |
| Casi nunca | 18 | 17% |
| Indiferente | 16 | 15% |
| Algunas veces | 37 | 35% |
| Siempre | 28 | 27% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

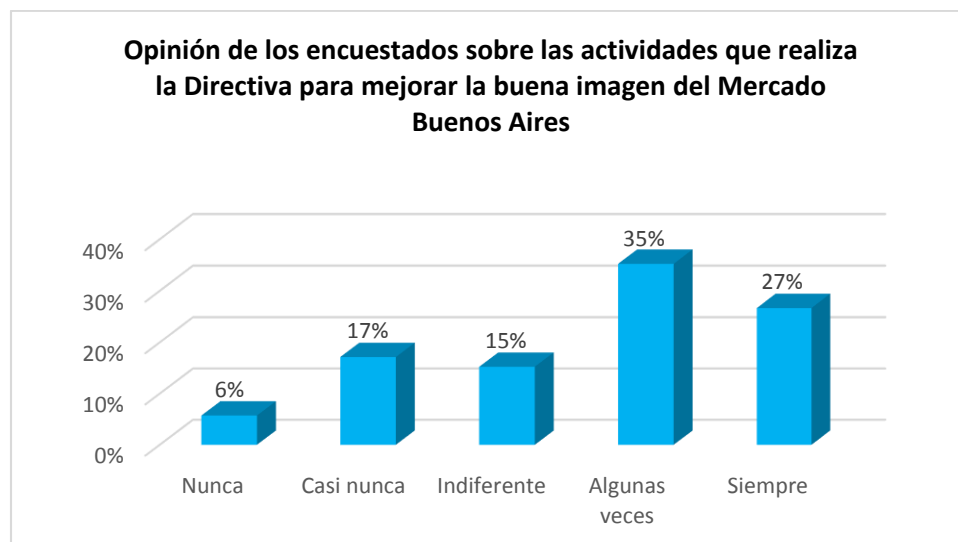


Figura 24: Opinión de los encuestados sobre las actividades que realiza la Directiva para mejorar la buena imagen del Mercado Buenos Aires

Fuente: Tabla 24

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados 37 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 35%, contestaron que algunas veces las actividades que realiza la Directiva influye en sus acciones para mejorar la buena imagen del mercado.
- 6 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 6%, contestaron que nunca las actividades que realiza la Directiva incluye en sus acciones.

Tabla 25:

Opinión de los encuestados si la Directiva les involucra en la toma de decisiones

| ¿La Directiva les involucra en la toma de decisiones? | Propietarios | |
|---|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 1 | 1% |
| Casi nunca | 5 | 5% |
| Indiferente | 5 | 5% |
| Algunas veces | 57 | 54% |
| Siempre | 37 | 35% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

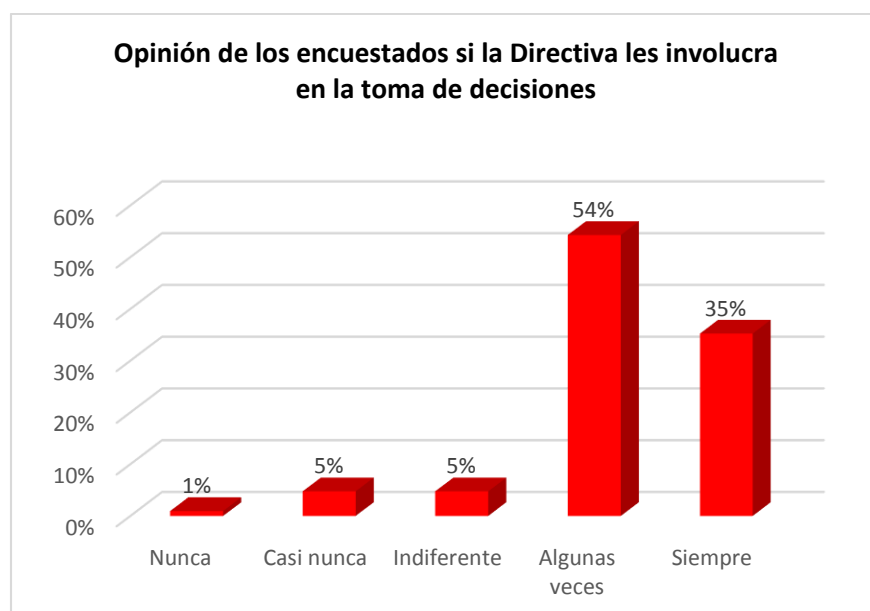


Figura 25: Opinión de los encuestados si la Directiva les involucra en la toma de decisiones

Fuente: Tabla 25

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 57 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 54%, contestaron que algunas veces la Directiva les involucra en la toma de decisiones.
- 1 persona de la Junta de Propietarios, que representa el 1%, contesto que nunca la Directiva les involucra en la toma de decisiones.

Tabla 26:

Opinión de los encuestados acerca de la Directiva, pide sugerencias frente algún conflicto que se pueda presentar con las gestiones del mercado

| ¿La Directiva pide sugerencias frente algún conflicto que se pueda presentar con las gestiones del Mercado? | Propietarios | |
|---|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 6 | 6% |
| Casi nunca | 22 | 21% |
| Indiferente | 18 | 17% |
| Algunas veces | 43 | 41% |
| Siempre | 16 | 15% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

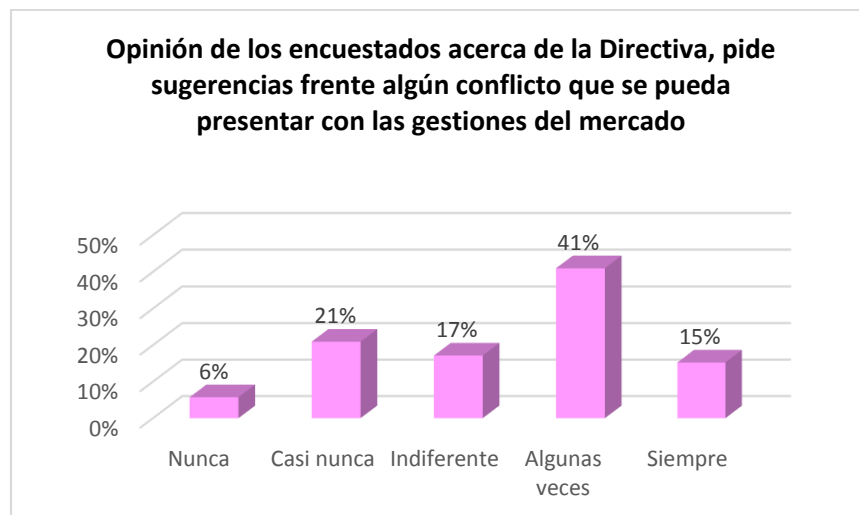


Figura 26: Opinión de los encuestados acerca de la Directiva, pide sugerencias frente algún conflicto que se pueda presentar con las gestiones del mercado

Fuente: Tabla 26

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 43 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 41%, contestaron que algunas veces la Directiva les pide sugerencias frente algún conflicto que se pueda presentar.
- 6 personas de la Junta de Propietarios, que representa el 6%, contestaron que nunca la Directiva pide sugerencias frente algún conflicto.

Tabla 27:

Opinión de los encuestados sobre las constantes reuniones que realiza la Directiva para evaluar y discutir las gestiones que se están llevando a cabo en el Mercado

| ¿La Directiva realiza constantemente reuniones para evaluar y discutir las gestiones que se están llevando a cabo en el Mercado? | Propietarios | |
|--|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 0 | 0% |
| Casi nunca | 0 | 0% |
| Indiferente | 4 | 4% |
| Algunas veces | 48 | 46% |
| Siempre | 53 | 50% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

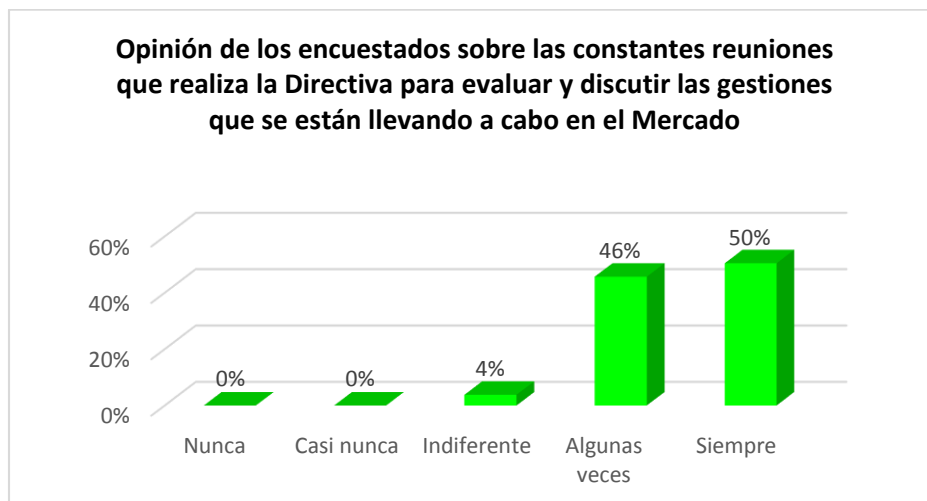


Figura 27: Opinión de los encuestados sobre las constantes reuniones que realiza la Directiva para evaluar y discutir las gestiones que se están llevando a cabo en el Mercado

Fuente: Tabla 27

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 53 personas de la Junta de Propietarios, que representa el 50%, contestaron que siempre la Directiva realiza reuniones para evaluar y discutir las gestiones del mercado.
- 4 personas de la Junta de Propietarios, que representa el 4%, contestaron que les es indiferente.

Tabla 28:

Opinión de los encuestados acerca de la delegación a otra persona en caso de ausencia de un miembro de la directiva

| ¿En caso de ausencia de un miembro de la directiva, se delega a otra persona a realizar sus funciones? | Propietarios | |
|--|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 20 | 19% |
| Casi nunca | 22 | 21% |
| Indiferente | 25 | 24% |
| Algunas veces | 35 | 33% |
| Siempre | 3 | 3% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

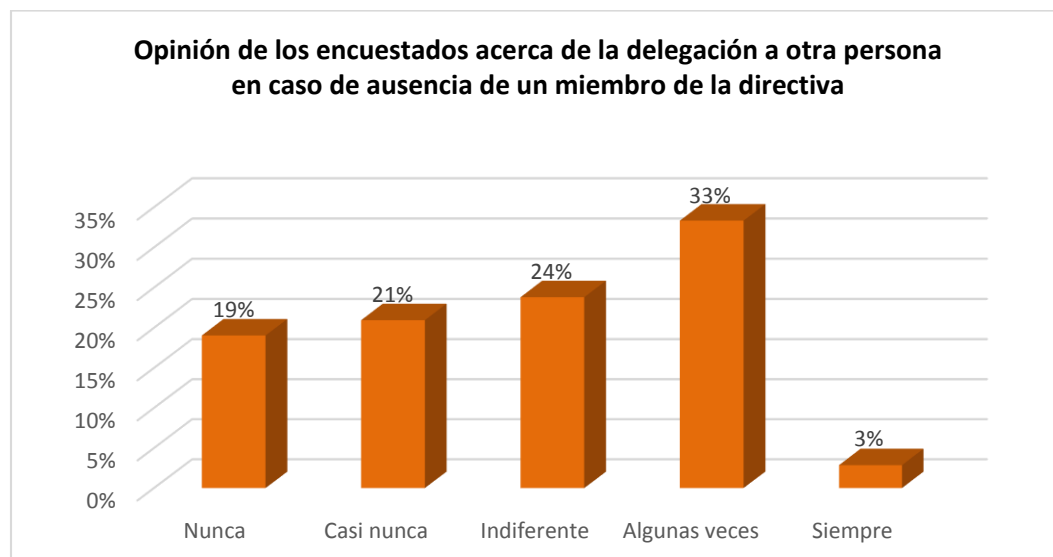


Figura 28: Opinión de los encuestados acerca de la delegación a otra persona en caso de ausencia de un miembro de la directiva

Fuente: Tabla 28

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 35 personas de la Junta de Propietarios, que representa el 33%, contaron que algunas veces en caso de ausencia de un miembro de la Directiva se delega a otra persona a realizar sus funciones.
- 3 personas de la Junta de Propietarios, que representa el 3%, contestaron que siempre se delega a otra persona en caso de ausencia de un miembro de la Directiva.

Tabla 29:

Opinión de los encuestados respecto a la Directiva si busca estimularlos con sorteos de artefactos, bingos, etc.

| ¿Cómo cabeza de la organización de comerciantes, la directiva busca estimularlos con sorteos de artefactos, bingos,etc.? | Propietarios | |
|--|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 74 | 70% |
| Casi nunca | 29 | 28% |
| Indiferente | 0 | 0% |
| Algunas veces | 2 | 2% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

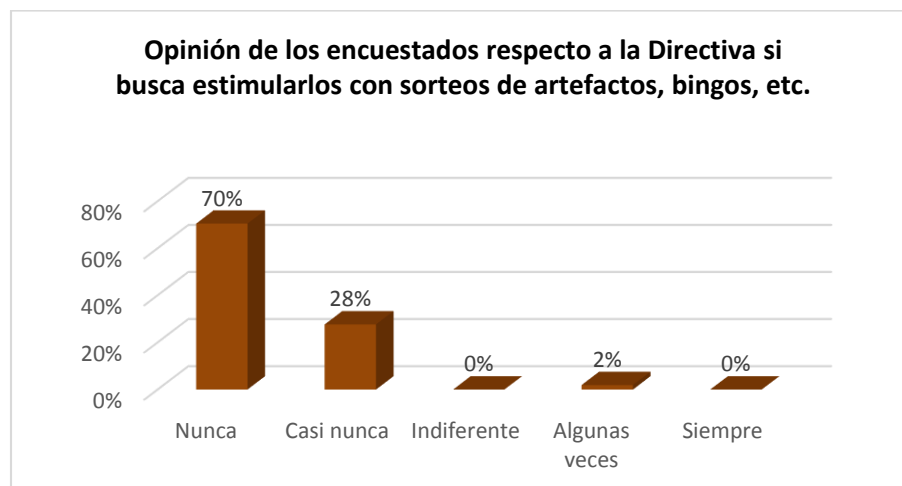


Figura 29: Opinión de los encuestados respecto a la Directiva si busca estimularlos con sorteos de artefactos, bingos, etc.

Fuente: Tabla 29

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 79 personas de la Junta de Propietarios, que representa el 70%, contestaron que nunca la Directiva como cabeza de la organización busca estimularlos.
- 2 personas de la Junta de Propietarios, que representa el 2%, contestó que algunas veces la Directiva busca estimularlos.

Tabla 30:

Opinión de los encuestados acerca de los miembros de la Directiva con respecto a su identificación con los objetivos que tiene planteado al Mercado

| ¿Siente que los miembros de la Directiva se sienten identificados con los objetivos planteados al Mercado? | Propietarios | |
|--|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 4 | 4% |
| Casi nunca | 5 | 5% |
| Indiferente | 20 | 19% |
| Algunas veces | 44 | 42% |
| Siempre | 32 | 30% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

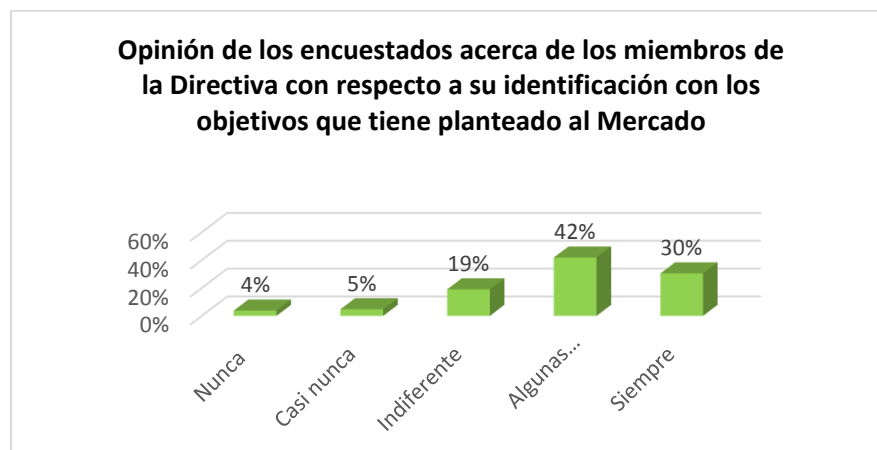


Figura 30: Opinión de los encuestados acerca de los miembros de la Directiva con respecto a su identificación con los objetivos que tiene planteado al Mercado

Fuente: Tabla 30

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 44 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 42%, contestaron que algunas veces siente que los miembros de la Directiva se sienten identificados con los objetivos planteados al mercado.
- 4 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 4%, contestaron que nunca siente que los miembros de la Directiva se sienten identificados con los objetivos del mercado.

Tabla 31:

Opinión de los encuestados sobre las reuniones que realiza la Directiva, utilizan modelos de videos comerciales que les concienticen para la mejora de la gestión

| ¿En las reuniones la Directiva utilizan modelos de videos de actividades comerciales locales, nacionales e internacionales que les concienticen para la mejora de la gestión? | Propietarios | |
|---|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 94 | 90% |
| Casi nunca | 3 | 3% |
| Indiferente | 8 | 8% |
| Algunas veces | 0 | 0% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

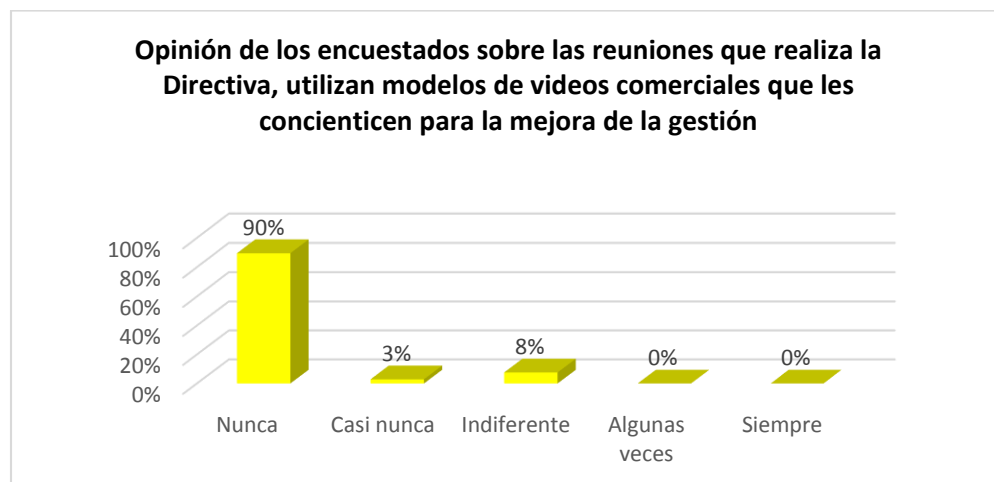


Figura 31: Opinión de los encuestados sobre las reuniones que realiza la Directiva, utilizan modelos de videos comerciales que les concienticen para la mejora de la gestión

Fuente: Tabla 31

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 94 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 90%, contestaron que nunca utilizan videos de actividades comerciales locales, nacionales e internacionales en las reuniones que organiza la Directiva.
- 3 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 3%, contestaron que casi nunca utilizan videos que los concienticen para la mejora de la gestión.

Tabla 32:

Opinión de los encuestados acerca de las gestiones que se están realizando en el mercado influyen a seguir apoyando en las actividades

| ¿Considera que las gestiones que se están realizando en el mercado influyen a seguir apoyando en las actividades? | Propietarios | |
|---|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 1 | 1% |
| Casi nunca | 10 | 10% |
| Indiferente | 19 | 18% |
| Algunas veces | 37 | 35% |
| Siempre | 38 | 36% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

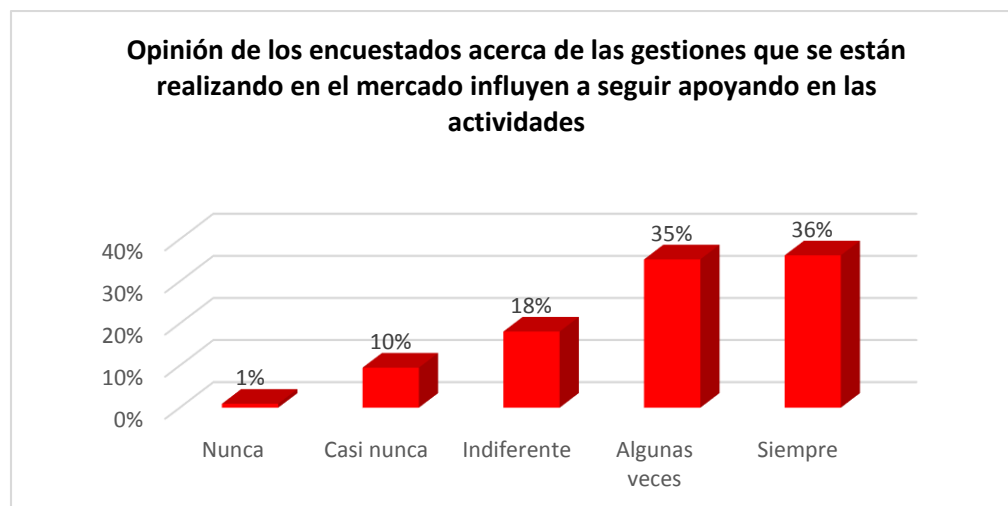


Figura 32: Opinión de los encuestados acerca de las gestiones que se están realizando en el mercado influyen a seguir apoyando en las actividades

Fuente: Tabla 32

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- De los 100% de los encuestados, 38 personas de la Junta de Propietarios, que representa el 36%, contestó que siempre consideran que las gestiones que se están realizando en el mercado influyen a seguir apoyando en las actividades.
- 1 persona de la Junta de Propietarios, que representan el 1%, contestó que nunca las gestiones que se están realizando influyen a seguir apoyando en las actividades.

Tabla 33:

Opinión de los encuestados si la Directiva solicita la intervención de autoridades y profesionales que mejoren y verifiquen el trabajo que se están realizando

| ¿Cómo responsable del Mercado Buenos Aires, la Directiva solicita la intervención de autoridades y profesionales que mejoren y verifiquen el trabajo que están realizando? | Propietarios | |
|--|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 2 | 2% |
| Casi nunca | 0 | 0% |
| Indiferente | 5 | 5% |
| Algunas veces | 19 | 18% |
| Siempre | 79 | 75% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

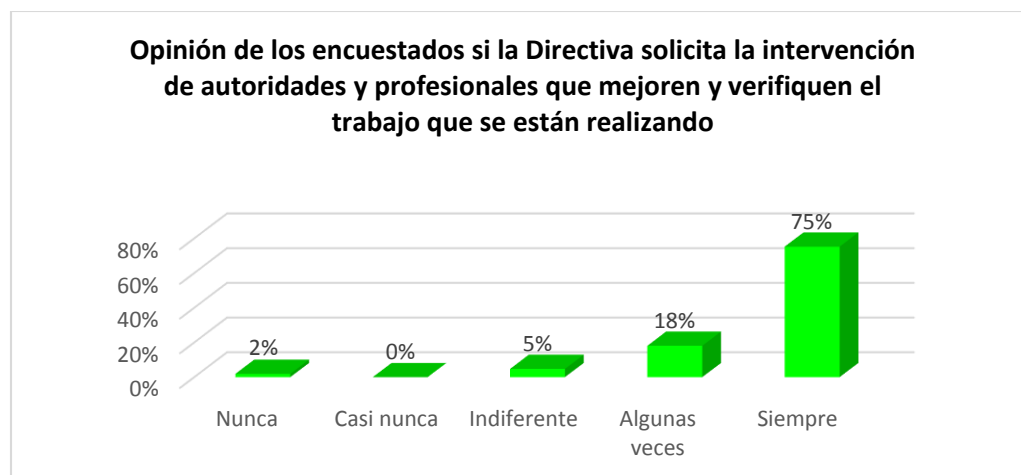


Figura 33: Opinión de los encuestados si la Directiva solicita la intervención de autoridades y profesionales que mejoren y verifiquen el trabajo que se están realizando

Fuente: Tabla 33

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 79 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 75%, contestaron que siempre la Directiva como responsable del mercado solicita la intervención de profesionales para la verificación del trabajo que se está llevando a cabo.
- 2 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 2%, contestaron que nunca solicitan la intervención de profesionales o autoridades.

Tabla 34:

Opinión de los encuestados acerca de la Directiva les involucra en la toma de decisiones para lograr un mejor desarrollo en su gestión

| ¿La Directiva les involucra a la Junta en la toma de decisiones para lograr un mejor desarrollo en su gestión? | Propietarios | |
|--|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 3 | 3% |
| Casi nunca | 2 | 2% |
| Indiferente | 11 | 10% |
| Algunas veces | 59 | 56% |
| Siempre | 30 | 29% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

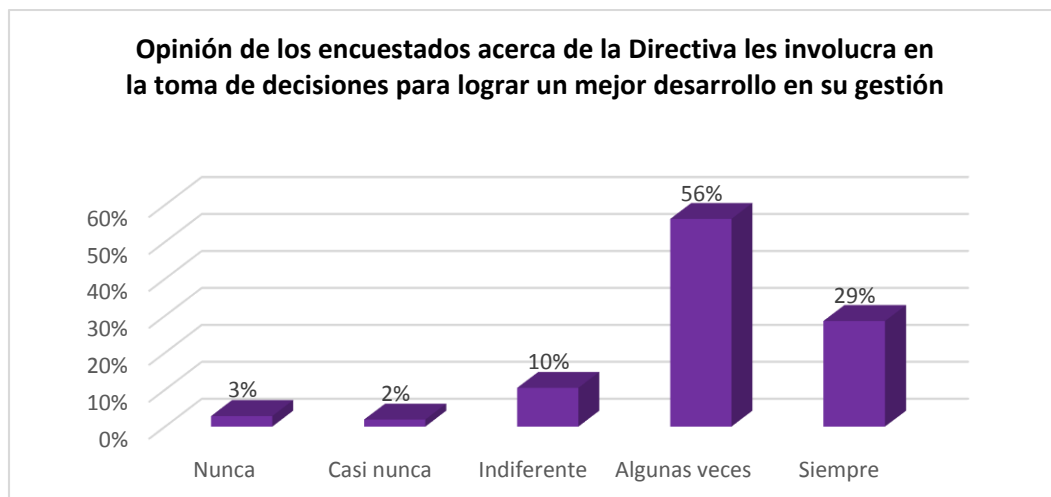


Figura 34: Opinión de los encuestados acerca de la Directiva les involucra en la toma de decisiones para lograr un mejor desarrollo en su gestión

Fuente: Tabla 34

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 59 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 56%, contestaron que algunas veces la Directiva les involucra a la Junta en la toma de decisiones para lograr un mejor desarrollo en su gestión.
- 2 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 2%, contestaron que casi nunca la Directiva les involucra en la toma de decisiones.

Tabla 35:

Opinión de los encuestados sobre la Directiva si está aplicando las buenas prácticas que se está llevando a cabo en otro mercado para la mejora de la organización

| ¿La Directiva aplica las buenas prácticas que se está llevando a cabo en otro mercado para la mejora de la organización? | Propietarios | |
|--|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 0 | 0% |
| Casi nunca | 17 | 16% |
| Indiferente | 26 | 25% |
| Algunas veces | 40 | 38% |
| Siempre | 22 | 21% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

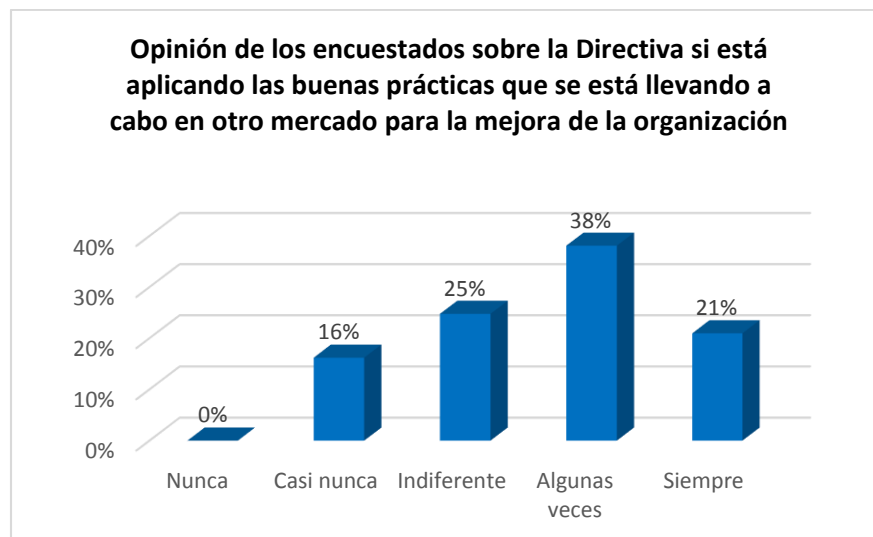


Figura 35: Opinión de los encuestados sobre la Directiva si está aplicando las buenas prácticas que se está llevando a cabo en otro mercado para la mejora de la organización

Fuente: Tabla 35

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 40 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 38%, contestaron que algunas veces la Directiva aplica las buenas practicas que se está llevando a cabo en otro mercado para la mejora de la organización.
- 17 personas de la Junta de Propietarios, que representa el 16%, contestaron que casi nunca la Directiva aplica las buenas practicas.

Tabla 36:

Opinión de los encuestados si están de acuerdo con la frase “la unión hace la fuerza”

| ¿Usted está de acuerdo con esta frase:” la unión hace la fuerza? | Propietarios | |
|--|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 1 | 1% |
| Casi nunca | 1 | 1% |
| Indiferente | 16 | 15% |
| Algunas veces | 23 | 22% |
| Siempre | 64 | 61% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote

Elaboración: Los Autores

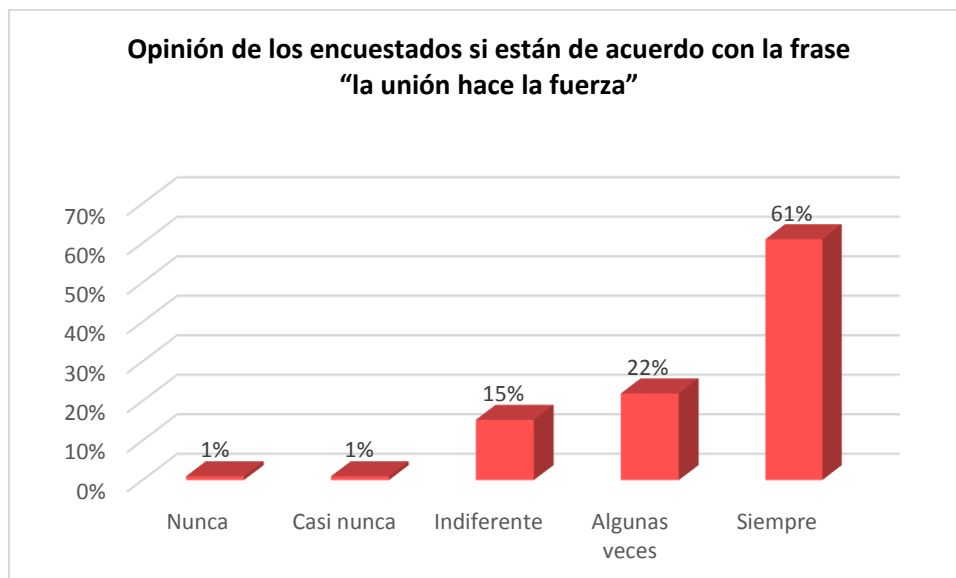


Figura 36: Opinión de los encuestados si están de acuerdo con la frase “la unión hace la fuerza”

Fuente: Tabla 36

Elaboración: Los Autores

Interpretaciones:

- Del 100% de los encuestados, 64 personas de la Junta de Propietarios, que representan el 61%, contestaron que siempre están de acuerdo con la frase la unión hace la fuerza.
- 1 persona de la Junta de Propietarios, que representa al 1% contesto que nunca está de acuerdo con la frase la unión hace la fuerza.

Anexo N° 06

RESULTADOS DE LA CATEGORIZACION DE LAS TABLAS DE LA VARIABLE MOTIVACION

Objetivo General: Determinar el Análisis de la Motivación y Liderazgo en la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote - 2018.

TABLA 37:

Opinión de la Junta de Propietarios sobre la Variable de Motivación

| OPINIÓN | PROPIETARIOS | |
|---------------|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 21 | 20% |
| Casi Nunca | 21 | 20% |
| Indiferente | 25 | 24% |
| Algunas Veces | 19 | 18% |
| Siempre | 19 | 18% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote-2018

Elaboración: Los autores

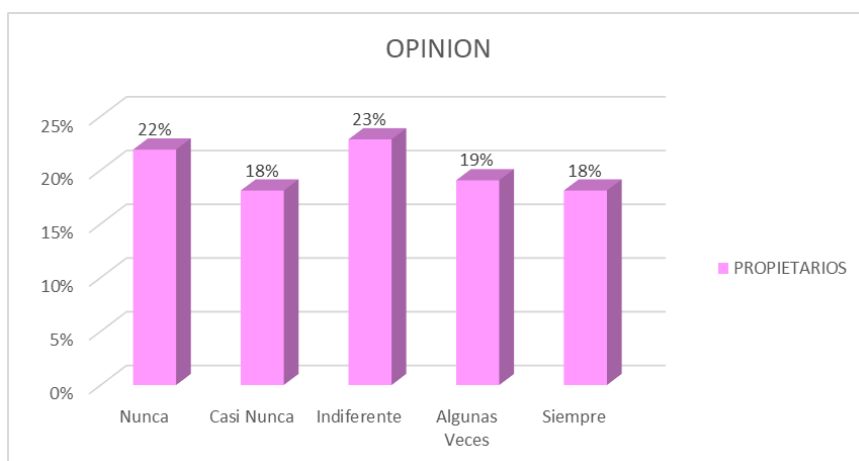


Figura 37: *Opinión de la Junta de Propietarios sobre la Variable de Motivación*

Elaboración: Los Autores

Fuente: Tabla 37

Objetivo específico N°1: Analizar la dimensión de la Motivación por Logro en la Junta De Propietarios del Mercado Buenos Aires.

Tabla 38:

Opinión de la Junta de Propietarios sobre la dimensión de Motivación por Logro

| MOTIVACIÓN POR LOGRO | PROPIETARIOS | |
|----------------------|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 23 | 22% |
| Casi nunca | 19 | 18% |
| Indiferente | 25 | 24% |
| Algunas veces | 20 | 19% |
| Siempre | 18 | 17% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote-2018.

Elaboración: Los Autores

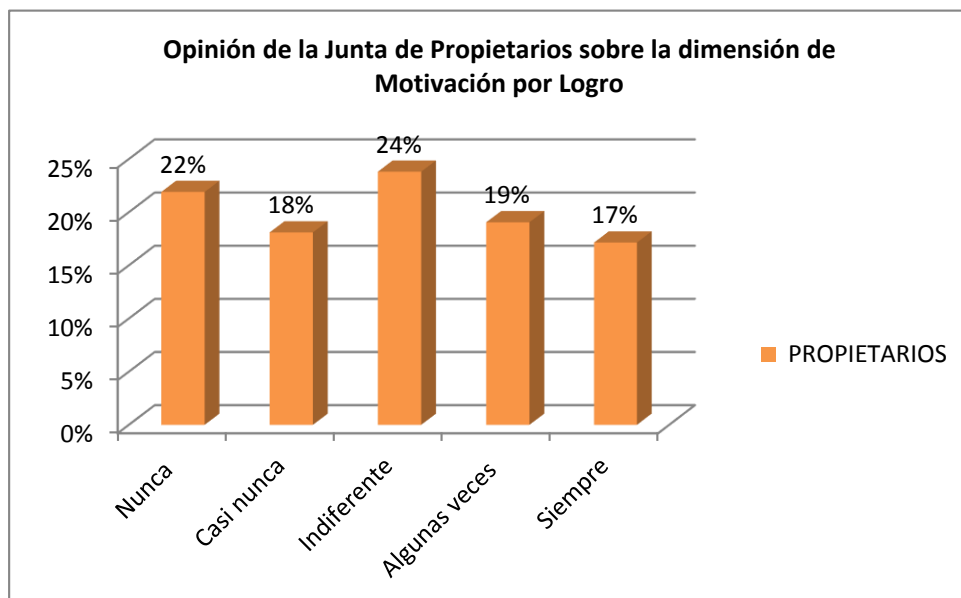


Figura 38: Opinión de la Junta de Propietarios sobre la Motivación por Logro

Elaboración: Los Autores

Fuente: Tabla 38

Objetivo específico N°2: Analizar la dimensión de la Motivación por afiliación en la Junta De Propietarios del Mercado Buenos Aires.

Tabla 39:

Opinión de la Junta de Propietarios sobre la dimensión de Motivación por Afiliación

| MOTIVACIÓN POR AFILIACION | PROPIETARIOS | |
|---------------------------|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 32 | 30% |
| Casi nunca | 37 | 35% |
| Indiferente | 0 | 0% |
| Algunas veces | 29 | 28% |
| Siempre | 7 | 7% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote-2018

Elaboración: Los Autores

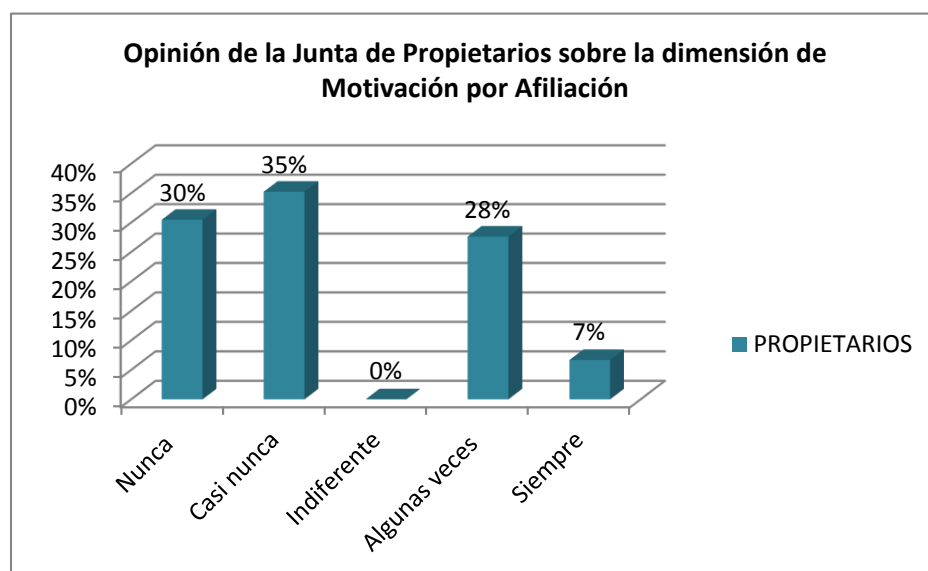


Figura 39: Opinión de la Junta de Propietarios sobre la Motivación por Afiliación

Elaboración: Los Autores

Fuente: Tabla 39

Objetivo específico N°3: Analizar la dimensión de la Motivación por Autorrealización en la Junta De Propietarios del Mercado Buenos Aires.

Tabla 40:

Opinión de la Junta de Propietarios sobre la dimensión de Motivación Por Autorrealización

| MOTIVACIÓN POR AUTORREALIZACIÓN | PROPIETARIOS | |
|------------------------------------|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 22 | 21% |
| Casi nunca | 24 | 23% |
| Indiferente | 22 | 21% |
| Algunas veces | 25 | 24% |
| Siempre | 12 | 11% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote-2018.

Elaboración: Los Autores

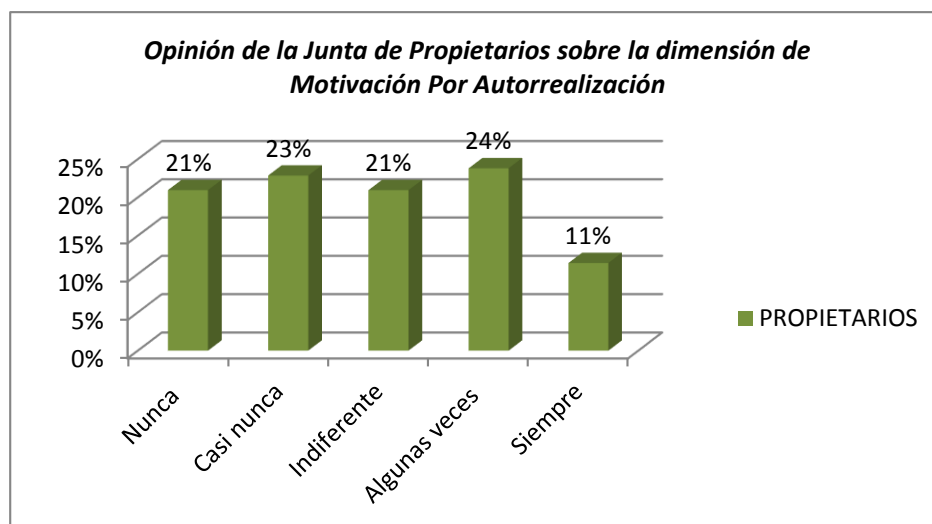


Figura 40: Opinión de la Junta de Propietarios sobre la Motivación por Autorrealización

Elaboración: Los Autores

Fuente: Tabla 40

Objetivo específico N°4: Analizar la dimensión de la Motivación del Poder en la Junta De Propietarios del Mercado Buenos Aires.

Tabla 41:

Opinión de la Junta de Propietarios sobre la dimensión de Motivación De Poder

| MOTIVACIÓN POR PODER | PROPIETARIOS | |
|----------------------|--------------|------|
| | Nº | % |
| Nunca | 34 | 32% |
| Casi nunca | 21 | 20% |
| Indiferente | 11 | 10% |
| Algunas veces | 24 | 23% |
| Siempre | 15 | 14% |
| Total | 105 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires Nuevo Chimbote -2018.Elaboración: Los Autores

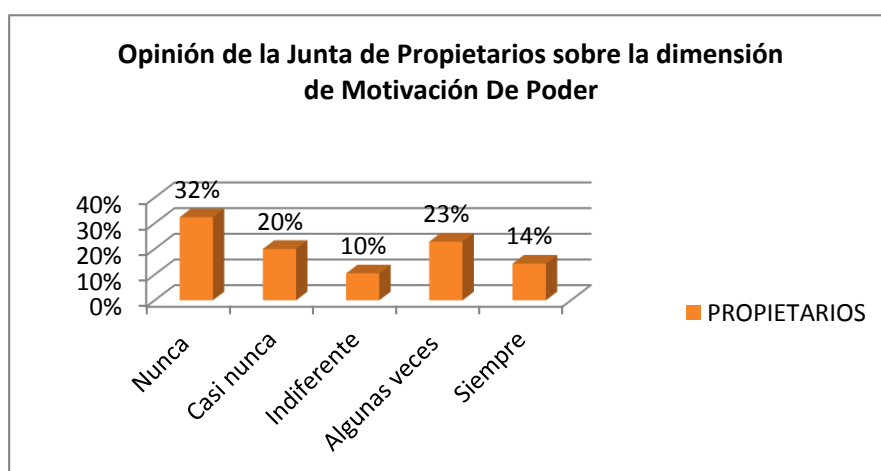


Figura 41: Opinión de la Junta de Propietarios sobre la Motivación por Poder

Elaboración: Los Autores

Fuente: Tabla 41

ANEXO N°07

| Propuestas de Mejora | Responsable | Tiempo | Presupuesto |
|--|--------------|--------|-------------|
| UNIDAD DE ANÁLISIS: MERCADO BUENOS AIRES NUEVO CHIMBOTE - 2018 | | | |
| PROPUESTA DE MEJORA | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar un plan de mejora para elevar la Motivación y mejorar el Liderazgo en la Junta de Propietarios del Mercado Buenos Aires. | | | |
| MOTIVACION | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar un plan de capacitación a la Junta de Propietarios y a la Directiva sobre el desarrollo y superación empresarial. | La Directiva | 2 años | 5,000 |
| <ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la infraestructura del mercado Buenos Aires, implementar los servicios básicos. | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Solicitar asignación de personal administrativo capacitado. | | | |
| LIDERAZGO | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar un plan de capacitación a la Directiva sobre el trabajo en equipo, aplicándose las buenas prácticas de otros mercados | La Directiva | 2 años | 2,000 |
| <ul style="list-style-type: none"> - Crear comisiones o comités para la gestión de las obras realizadas dentro del Mercado buenos Aires. | | | |

